

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Chandra, G. 2002. *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- DH, Basu Swastha dan Irawan. 2002. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty Yogyakarta.
- Hasan, Ali. 2008. *Marketing*. Yogyakarta : Media Pressindo.
- Kasali, Rhenald. 1999. *Membidik Pasar Indonesia: Segmenting, Targeting, Positioning*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Kertajaya, Hermawan. 2004. *Hermawan Kertajaya on Positioning*. Bandung : Penerbit Mizan.
- Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi Kreatif dalam Periklanan : Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler dan Amstrong. 1997. *Marketing An Introduction: Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke-3. Diterjemahkan oleh : Imam Nurmawan. Jakarta : Erlangga
- Kotler, P. 1999. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. Edisi ke-6. Diterjemahkan oleh : Drs. Jaka Wasana : Erlangga.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

JURNAL ONLINE

- Adiwijaya, Michael. 2007. Analisa Strategi Reposisi Merek Dalam Persaingan Pasar. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 2, No. 2.
- Aji, Bramantyo. 2017. Implementasi Value Proposition Dalam Penetapan Strategi Pemasaran (Studi Kasus pada Produk Tabunganku di Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Cabang Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 53 No. 1*.

- Girsang, Launa Meily. 2014. Positioning Brand dan Minat Beli (Studi Korelasional Pengaruh Iklan Positioning Brand AXE Apollo di RCTI Terhadap Minat Beli Mahasiswa FISIP USU). *Jurnal Hubungan Masyarakat Ilmu Komunikasi*.
- Gunawan, Fitri Anggraini. 2014. Analisis Pengaruh Iklan Televisi dan Endorser Terhadap Purchase Intention Pond's Men Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2, No.1*.
- Kurniawan, Fransisca Juanda. 2014. Analisa Pengaruh Visibility, Credibility, Attraction, dan Power Celebrity Endorser Terhadap Brand Image Bedak Marcks Venus. *Jurnal Manajemen Petra Vol. 2, No. 1*.
- Nuraini, Alfiyah. 2015. Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah Di Kota Semarang. *Management Analysis Journal 4 (2)*.
- Muryadi, Agustanico Dwi. 2017. Model Evaluasi Program Dalam Penelitian Evaluasi. *Jurnal Ilmiah PENJAS, ISSN : 2442-3874 Vol 3, No 1*.
- Rachmat, Dita Olivia Nurhayati. 2016. Pengaruh Celebrity Endorser di Media Sosial Instagram dalam Promosi Produk Hijab terhadap Minat Beli Konsumen: Studi Kasus pada Akun Instagram @zahratuljannah dan @joyagh. *e-Proceeding of Management : Vol.3, No.3*.
- Rahmawati, Nur. 2013. Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Dalam Iklan Sabun Mandi Lux Terhadap Perilaku Konsumen Di Kelurahan Sungai Dama Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*.
- Reza, Faisal. 2016. Strategi Promosi Penjualan Online Lazada.co.id. *Jurnal Kajian Komunikasi Volume 4, No 1*.

INTERNET

- Ferliansyah. Fanny Pack, Tas Legendaris Yang Kembali Laris di <https://www.mainmain.id/r/77/fanny-pack-tas-legendaris-yang-kembali-laris>. Diakses pada tanggal 4 Desember 2018 pukul 16.37 WIB.