



DAFTAR PUSTAKA

- © Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
- Ahmadi, A. (2002). *Psikologi Sosial*, Edisi Revisi. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ahmed, Mir, Farooq, (2012). *Effect Of Celebrity Endorsement On Customer's Buying Behaviour; A Perspective From Pakistan*. Diakses Dari Ijcrb.Webs.Com.
- Azwar, S. (2008). *Sikap Manusia, Teori Dan Pengukurannya Edisi 2*. Yogyakarta: Pusataka Belajar.
- Baron, R.A., & Byrne, D. (2003). *Social Psychology* (10th Ed). New York: Person Education, Inc.
- Bowman. (2002). *Celebrity Endorser*. dalam Gupta, R., Kishore, N., & Verma, D. P. S. (2015). Impact Of Celebrity Endorsements On Consumers'ad Perception: A Study Of Indian Consumers. *British Journal Of Marketing Studies*, 3(8), 34-49.
- Dean, Dwane Hal And Abhijit Biswas (2001). Third-Party Organization Endorsement Of Products: An Advertising Cue Affecting Consumer Pre-Purchase Evaluation Of Goods And Services. *Journal Of Advertising*, 30, Pp.41-57.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1994). *Perilaku Konsumen, Jilid 1* Terjemahan: Budiando. Jakarta: Binapura Aksara.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D. & Miniard, P.W. (1995). *Consumer Behavior (8th Ed.)*. Orlando: The Dryden Press.
- Gani, H. A. (2005). *Konsumerisme: Kegagalan Umat Memaknai Shiyam*. Diakses Dari [Http://Www.Dilibrary.Net](http://Www.Dilibrary.Net).
- Gupta, R., Kishore, N., & Verma, D. P. S. (2015). Impact Of Celebrity Endorsements On Consumers'ad Perception: A Study Of Indian Consumers. *British Journal Of Marketing Studies*, 3(8), 34-49.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller (2009), *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke-13, New Jersey: Prentice-Hall.
- Hawkins, D.I., Mothersbaugh, & Best, R.J. (2007). *Consumer Behaviour Building Marketing Strategy*. New York: Mc Graw Hill.
- Hurlock, E. B. (2004). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mangkunegara, A. P. (2009). *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT Remaja
- Myers, D. G. (2008). *Social Psychology* (9thed). Americas: Mcgraw-Hill Companies, Inc.



Nisfiannoor, M. (2009). *Pendekatan Statistika Modern Untuk Ilmu Social*. Jakarta: Salemba Humanika.

Ogunsiji, A. Sola (2012), "The Impact of Celebrity Endorsement on Strategic Brand Management. *International Journal of Business and Social Science*. Vol.3 No. 6

Papalia, D. E., Old, S. W., & Feldman, R. D. (2008). *Human Development (Psikologi Perkembangan)*. Jakarta: Prenada Media Group

Pusparani, (2014) Pengaruh *Celebrity Endorsement* Terhadap Brand Image Produk XI Bebas Internetan

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer Behaviour*. Eight Edition. New York: Prentice Hall International, Inc.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku Konsumen*. Index.

Setiadi (2008). *Perilaku Konsumen: Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. Edisi I. Jakarta Kencana.

Setiawan, Budi (2013), Teknik Praktis Analisis Data Penelitian Sosial dan Bisnis Dengan Spss Yogyakarta: Penerbit Andi.

Simamora, Bilson. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Solomon . M. R. 2002. *Consumer Behaviour* .International Edition. New Jersey Prentice-Hall

Stanton, W.J., & Lamarto, Y. (1996). *Prinsip pemasaran (Jilid 1, edisi 7)*. Jakarta: Erlangga.

Toffler. B. A & Imber. J. 2002. *Kamus Istilah Pemasaran*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Sumber internet:

Prabancono, Haryo .(2016). Pengguna Instagram Wanita Lebih Banyak dari pada Pria. Di unduh dari <http://m.solopos.com/2016/01/16/media-sosial-terpopuler-pengguna-instagram-wanita-lebih-banyak-daripada-pria-681076>, 08 Juli 2017.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet. (2016). Survei Pengguna Internet APJII 2016. Di unduh dari <https://m.tempo.co/read/news/2016/01/14/064736014/pengguna-instagram-di-indonesia-anak-muda-mapan-terpelajar>. 08 Juli 2017

Sejarah Awal Perkembangan Instagram. (2015). Di unduh dari <http://www.mediamasha.com/2015/10/sejarah-dari-instagram-dan-perkembangan-nya.html>, 8 Juli 2017.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik IBI Kias (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.