



DAFTAR PUSTAKA



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Buku:

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L (2007). *Consumer Behavior*.

Kotler Philip dan Armstrong Gary (2012), *Prinsip Prinsip Pemasaran Edisi 13* Jilid 1 Jakarta :Erlangga.

Chozali, Imam (2018), *aplikasi analisis multivariate dengan progma IBM SPSS 23*, Edisi :9, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponogoro.

Damiati, (2017), *Perilaku Konsumen* : Depok : PT Grafindo Persada.

Kotler, Philip dan Keller, (2007), *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, Jakarta : PT. Indeks.

Husein Umar. (2001). *“Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen”*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Rama Kertamukti,(2015), *“Strategi Kreatif dalam Periklanan”*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015.

A Shimp, Terence, (2013), *“Periklanan Promosi aspek tambahan komunikasi Terpadu”*, Jilid I Edisi ke 5. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2003.

Jurnal:

Natalia Soesatyo Dan Leonid Julivan Rumambi, S.E., M.M, ‘Analisa Credibility Celebrity Endorser Model : sikap Audience Terhadap Iklan Dan Merek Serta Pengaruhnya Pada Minat Beli “TOP COFFEE”’,Jurnal Manajemen Pemasaran, volume 1 No.3 2019, Diakses 6 July 2021. Diakses melalui

Yulia,Estella, Dr Istijanto, Realino (2019, 26 Maret). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Sikap Pelanggan Akan Merek dan Intensi Pembelian Pada Suatu Produk Kosmetik Rintisan.

Sumarwan, Ujang. (2014). *“Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran”*, (Ghalia Indonesia. Bogor.)

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.

Fitri Anggraii Gunawan dan Diah Dharmayanti,(2014) “*Analisis Pengaruh Iklan Televisi dan Endorser Terhadap Purchase Intention Pond’s Men dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening*”: Managemen Pemasaran Petra Vol. 2, No.1.



Berita:

Sicepat Ekspres Indonesia. 24 Juli 2020. ‘Sicepat Ekspres Keluarkan Produk Gokil (Cargo Kilat) Dengan Harga Terjangkau’.

Titis Wasilia 12 April, 2020. ‘Subscribers dan Viewers Meroket, Channel SiCepat Ekspres Raih Growth Tertinggi di Youtube Indonesia’.

Ichsan Suhendra 7 Agustus 2020. ‘Terungkap, Salah Satu Sumber Baim Wong dan Raffi Ahmad Dalam Giveaway’.

Website:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hakipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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