

DAFTAR RUJUKAN

- Ajie, Rizaldi. Pengaruh Daya Tarik Iklan dan *Celebrity Endorse* terhadap Minat Beli *Cosmetic* Wardah. Disertasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2017.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* . Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- AT, Andi Mappiare & Dedi Mulyana. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda, 2006.
- Aulia, Tiara. Pengaruh *Celebrity Endorser*, Kualitas, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Hijab Hanum_id (Studi Kasus pada Media Sosial Instagram di Akun Instagram @dwiandaanda).
- Bungin, Burhan . *Analisis Data Penelitian Kualitatif: Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.
- Elviani, Desi . Dampak Sosial, Program *Campus Social Responsibili*. Disertasi, Universitas Airlangga, Surabaya, 2016.
- Fatoni, Abdurrahman. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: PT. Rineka cipta, 2006.
- Furchan, Arif . *Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif* . Surabaya: Usaha Nasional, 1992.
- Ghazali, Miliza. *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*. Malaysia: Publishing House, 2016.
- Handoko, Widi. *Pengertian Endors Artis*, diakses dari <http://www.kompasiana.com/retina/>, pada tanggal 08 Juni 2021.
- Handriatmaja, C. Devi . *Citizen Journalism* dalam Pemberitaan Bencana di *Instagram*. Disertasi, Universitas Atmajaya, Yogyakarta, 2013.
- Jamdes, Nur Maulida. Pengaruh *Store Atmosphere*, Harga, Pelayanan dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim di Clave Cafe Kota Jambi. Disertasi, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin. Jambi, 2018.

- Lexy, Moleong J. *Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2008
- Lili, Doni. *Managemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Muhajir, Noeng. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin, 1996.
- Mulyana, Dedi . *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda, 2006.
- Marselina, Dian. & Siregar, Edward H. Pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap *Brand Image* pada Kosmetik Wardah di Bogor. *Jurnal Managemen dan Organisasi*. Vol. 8, No. 1, April 2017.
- Mutiara Annur, Cindy. *Ada 91 Juta Pengguna Instagram di Indonesia*. <https://databoks.katadata.co.id> , diakses pada tanggal 15 November 2021.
- Nur, Hafni Rizanuddin. Pengaruh *Celebrity Endorse* dan Asosiasi Merek Terhadap Citra Merek Produk IM3. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi*. Vol.7, No.2, 2014.
- Prengkuan, Valentine, dkk. Analsis Pengaruh *Brand Image* dan *Celebrity Endorsement* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Shampo Head And Shoulder* di *24 Mart* Manado. *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado*. Vol.2, No.3, 2014.
- Rahardjo, Budi. *Memahami Teknologi Informasi*. Jakarta : Elex Media Komputindo, 2002.
- Ridwan. *Statistika Untuk Lembaga dan Instansi Pemerintah/Swasta*. Bandung. Alfabeta, 2004.
- Rizaldi, Ajie. Pengaruh Daya Tarik Iklan dan *Celebrity Endorse* terhadap Minat Beli *Cosmetic* Wardah. Disertasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2017.
- Royan, Frans M. *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2004.
- Salbino, Sherief. *Buku Pintar Gadget Android Untuk Pemula*. Jakarta: Kunci Komunikasi, 2014.
- Soewito, Yudhi . Kualitas Produk, Merek, dan Desain Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio. *Jurnal Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado*. Vol. 1, No. 3, Juni 2013.

Suharno dan Ningsih, Retno. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Semarang: Widya Karya, 2010.

Suyanto, M. *Strategi Perancangan Iklan Outdoor Kelas Dunia*. Yogyakarta: Andi Offset, 2006.

Suri, Mahda. Pengaruh *Celebrity Endorser Online Shop* di *Intagram* terhadap Citra Perusahaan *Ladyfameshop*. Disetasi, Universitas Bandar Lampung, Bandar Lampung, 2017.

Tanzeh, Ahnah . *Metode Penelitian Praktis*. Jakarta: PT Bina Ilmu, 2004.