

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Ardianto.E. (2011). *Metodologi Penelitian Untuk Publik Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Simbiosis Rekatama Media.
- Atmoko, I. D. (2010). *Prinsip tujuan dan syarat pengorganisasian*. UNS.
- Bilson, S. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Cangara, H. (2015). *Pengantar Ilmu komunikasi*. Raja Grafindo persada.
- Crosbie, V. (2002). *What is new media?* Peter lang Publishing.
- Effendi, O. U. (2013). *Ilmu Komunikasi teori dan Praktek*. PT remaja Rosadakarya.
- Hikmat. (2014). *Manajemen Pendidikan*, (Hikmat (Ed.); cet. 3). Pustaka Setia.
- Ishak. (2008). Pengelolaan Perpustakaan Berbasis Teknologi Informasi,. *Jurnal Study Perpustakaan Dan Informasi, Vol. 4 No.*
- Kotler, P. (2008). *manajemen pemasaran, Edisi Millenium diterjemahkan benyamin molan*. PT. Prenhallindo.
- Kussudyarsana. (2004). *Fenomena Selebritas sebagai Model Iklan dari sudut pandang Sumber Pesan, benefit* (Vol 8 no 2). UMS.
- Lea-greenwood. (2012). *Fashion Marketing Communications Ebook*. Wiley.
- MARTONO, N. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF: Analisis Isi Analisis Data Sekunder* (Revisi 2.). Rajawali Pers.
- MEHTA, P. K. (2004). *IGH-PERFORMANCE, HIGH-VOLUME FLY ASH CONCRETE FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT*. *International Workshop on Sustainable Development and Concrete Technology*. IOWA State University.

- Bilson, Simamora. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Nisrina, M. (2015). *Bisnis Online Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Kobis.
- Riswandi. (2009). *Ilmu Komunikasi*. Graha Ilmu.
- Riyanto, B. (2008). *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan* (Edisi Keem). Yayasan Penerbit Gajah Mada.
- Royan, F. M. (2004). *Marketing celebrities*. PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif*. Alfabeta.
- Terence, A. shimp. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Erlangga.
- Widjaja, A. W. (2000). *Ilmu komunikasi suatu pengantar*. Rineka Cipta.
- Wiryanto. (2008). *pengantar ilmu komunikasi*. PT Grasindo.
- Royan, Frans.M, 2005, *Marketing Celebrities*, Jilid I, Penerbit PT. Elex Media Komputindo, Jakarta
- Keller, Kevin L. 2013. *Strategic Brand Management ; Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Fourth Edition Harlow, English : Pearson Education Inc.

Jurnal :

- Rodgers, S. (2003). "PENGARUH SPONSOR RELEVANSI ON REAKSI KONSUMEN UNTUK Sponsor INTERNET." *Journal of Advertising*, 32: 4, 67–76.
- Ohanian, R. (1990). "Construction and Validation of Scale to Measure Celebrity Endorsers Perceived Expertise, Trustworthiness, and Attractiveness". *Journal of Advertising*, 19(3);39-5.

Winoto. (2015). Penerapan Teori Kredibilitas Sumber (Source Of Credibility) Dalam Penelitian-Penelitian Layanan Perpustakaan.
Http://Ejournal.Upi.Edu/Index.Php/Edulib/Article/View/4393, Volume 2,
Diakses 15 April 2023.
<http://ejournal.upi.edu/index.php/edulib/article/view/4393>

Internet :

Data Indonesia. (n.d.). Retrieved April 5, 2023, from
<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia>