

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Babbie, E. (2016). *The Practice of Social Research* (Fourteenth). Canada: Cengage Learning.
- Banjamohar, A. R., Purba, B., Sudarso, A., Sahir, S. H., Munthe, R. N., Kato, I., Hasyim. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2022). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (2nd ed.). Depok: Rajawali Pers.
- Cresswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches*. Amerika Serikat: SAGE Publications, Inc.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: CV Penerbitan Qiara Media.
- Haas, J. (2016). *Persuasion and Overview Based on the Work*. Jerman: FOM University of Applied Sciences for Economics and Management.
- Hermawan, A. (2017). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Jaya, I. M. L. M. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Yogyakarta: Penerbit Quadrant.
- Kadarudin. (2021). *Penelitian di Bidang Ilmu Hukum (Sebuah Pemahaman Awal)* (Trisnomuranti & H. Ibda, Eds.). Jawa Tengah: formac.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (5th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.

- Kotler, P, & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.) New York City: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15e Global, Vol. 22). New York City: Pearson Education Limited.
- Malhotra, N. K. (2020). *Marketing Research: An Applied Orientation* (7th ed). New Jersey: Pearson Education Inc.
- Neuman, W. L. (2014). *Basic of Social Research: Qualitative & Quantitative Approaches*. England: Pearson.
- Noam, E. M. (2019). *Managing Media and Digital Organizations*. New York City: Palgrave Macmillan.
- Nurgiyantoro, B., Gunawan, & Marzuki. (2017). *Statistik Terpaan: Untuk Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi, Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran* (1st ed.) Jakarta: Kencana.
- Perloff, R. M. (2017). *The Dynamic of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century* (2nd ed.). New Jersey: Lawrence Elbaum Associates, Inc.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pada Era Media Sosial*. Jawa Barat: CV Pustaka Setia.
- Priyono, D. E. (2015). *The Effect of Celebrity Endorsement, Trust, Brand Image on Purchase Intention of Maybelline Cosmetic in Surabaya*. Perbanas.
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi: Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekata Media.
- Rangkuti, Fredy. (2009). *The Power Of Brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan. (2015). *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta, CV.

- Ritonga, H. (2019). *Psikologi Komunikasi*. Medan: Perdana Publishing.
- Royan Frans M. (2004). *Sales Force (Meningkatkan Penjualan dengan Rancangan Bangun Sales Force Effective)*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7 Edition). United Kongdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi* (Edisi 8) Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Venus, A. (2018). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam mengefektifkan kampanye Komunikasi Publik* (Revisi). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Jurnal

- Bramantya, Y., & Jatra, I. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(3), 255-237.
- Bulan, S. I. S., & Sudrajat, R. H. (2019). Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Arief Muhammad di Instagram Terhadap Brand Image Erigo Store. *Jurnal Sosial Politik*, 5(2), 322.
- Hutapea, S., Besti, & Simblon, R. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Pemasang Iklan Radia Kiss FM Medan pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 6(2), 128-137.
- Kamins, Michael A. (1990). "An Investigation into the 'Match-Up' Hypotesis in Celebrity Advertising: When Beauty May Be Only Skin Deep", *Journal of Advertising*, 19 (1), 4 -13.

- Mujib, M., & Nurvianti, M. A. (2021). Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Meningkatkan Dana ZIS pada Lembaga Amil Zakat di Era Covid-19. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), 432-447.
- Ni'mah, A., Robustin, T. P., & Hidayat, Z. (2019). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Wardah Kosmetik Studi Kasus Pada Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang Abstrak. *Progress Conference*, 2(July), 549–556
- Pamungkas, R. D. (2019). Pengaruh citra merek, kepercayaan merek, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas merek sepatu NIKE di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 9(1), 37.
- Prasetya, A. (2021). Efektivitas Komunikasi Pemasaran Iklan di Produk Cetak dan Produk Online Lembaga Pers Mahasiswa Dinamika UIN SUMUT. *Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 31-41.
- Putri, K. Y. S, dan Zulhamri, Dini, Lipur, S. (2020). Framing of Health Communication on Content Islamic Religious Education in New Media. *Indonesia Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 4(2), 189-203.
- Sadrabadi, A. N., Saraji, M. K., & Zadeh, M. M. (2018). Evaluating the Role of Brand Ambassadors in Social Media. *Journal of Marketing Management and Consumer Behavior*, 2(3), 54-70.
- Sokolova, M., & Bobicev, V. (2015). Learning Relationship between Authors' Activity and Sentiments: A case study of online medical forums. *International Conference Recent Advances in Natural Language Processing*, 604-610.
- Winoto, Y, (2016). The Application of source Credibility Theory in Studies about library Services. *Edulib*, 5(2), 1-14.

Website

Kppu.go.id. (2023). CEDS FEB Unpad Simpulkan Indeks Persaingan Usaha untuk Tahun 2022 Mengalami Peningkatan. Diambil 26 Februari 2025, Website : <https://kppu.go.id/blog/2023/02/ceds-feb-unpad-simpulkan-indeks-persaingan-usaha-untuk-tahun-2022-mengalami-peningkatan/>



Intelligentia - Dignitas