

## DAFTAR PUSTAKA

- Adelina, F. (2022). Pengetahuan Investasi Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Investasi Saham Pada Mahasiswa.
- Alifia. (2018). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Bandung Kunafe Cake.
- Anugrah, A., Nugrahani, R. U., & Dirgantara, P. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Jovi Adhiguna terhadap Brand Awareness Street Boba. *e-Proceeding of Management*, 8, 7048-7056.
- bibit*. (2021). Retrieved from [bibit: bibit.id](http://bibit.id)
- Bilgin, Y. (2018). The Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image, and Brand Loyalty. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6, 128-148.
- Chukwu, G. C. (2021). Brand Ambassador And Consumer Purchase Decision In Rivers State. *Middle European Scientific Bulletin*.
- Dat, K. (2020). The Impact of Financial Literacy on Investment Decisions: With Special Reference to Undergraduates in Western Province, Sri Lanka. *Asian Journal of Contemporary Education*, 4, 110-126.
- Defani, R. R. (2020). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (EWOM), Brand Ambassador, dan Harga Terhadap Minat Pembelian Pada Produk PT. KK Indonesia*. Jember: Universitas Jember.
- Dewi, G. A. (2018). Investasi Dan Pasar Modal Indonesia.
- Fadilah, M. N., Indriwan, N., Khoirunnisa, N., & Mulyantini, S. (2022). Review Faktor Penentu Keputusan Investasi Pada Generasi Z & Millennial. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2, 17-29.
- Faidah, F. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan dan Faktor Demografi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa. *Journal of Applied Business and Economic*, 5, 251-263.

- Hastuti, D. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador, Iklan, dan Harga terhadap Minat Pembelian Mie Sedaap oleh Mahasiswa Universitas Brawijaya*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Herianto, B. M., & Hasbi, I. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Dan Social Media Influencer Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada Aplikasi Tokopedia Di Bandung Tahun 2022. *E-Proceeding Of Management*.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Hutabarat, J. R. (2020). Pengaruh Influencer Marketing Pada Produk Eiger Sebagai Strategi Pemasaran Era Modern Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kecamatan Medan Timur). *Journal Universitas HKBP*.
- Johannes, C. S., & Siagian, V. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, Kepercayaan, dan Price Discount terhadap Minat Beli di Aplikasi Tokopedia. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 6, 98-112.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan : Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Khatik, S. K., Joshi, R., & Adwani, V. K. (2021). Inferring The Role of Social Media on Gen Z's Investments Decisions. *Journal of Content Community & Communication*, 14, 309-317.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Marketing Management (15th Ed)*. London: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lovelock, C., Jochen, W., & Jacky, M. (2016). *Pemasaran Jasa (7 ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Maulidi, R. A., & Yuliati, A. L. (2017). Pengaruh Tingkat Brand Awareness terhadap Minat Beli Apple Iphone. *ISEI Business and Management Review*, 1, 7-18.
- Muzaqqi, D. (2016). Pengaruh Kesadaran Merek, Kesan Kualitas, Asosiasi Merek, Dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek (Survei Pada 78 Konsumen

- Pembeli Dan Pengguna Produk Sari Apel Siiplah Di Perumahan Saxophone Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Nguyen, C., & D, N. (2020). A Study of Factors Affecting Brand Awareness in The Context of Viral Marketing in Vietnam. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 5401-5411.
- Ningrum, N. (2017). *Pengaruh Brand Ambassador terhadap Minat Beli Konsumen MD Clinic By Lazeta (Studi Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom Angkatan 2013)*. Bandung: Universitas Telkom.
- Oktavia, P. D., Setyariningsih, E., & Rahayu. (2019). PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI E-COMMERCE SHOPEE (Studi Pada Konsumen E-commerce Shopee di Wilayah Kabupaten Mojokerto).
- Pranata, V. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Nct Dream Terhadap Minat Beli Pada Produk Mie Instan Lemonilo Di Kota Bandung.
- Prawira, Y., Mulyana, S., & Wirakusumah, K. (2012). The Influence of Honda Spacy Helm-In Brand Ambassadors with Consumer Purchasing Decisions. *Universitas Padjajaran Student Journal*.
- Priansa, D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Putri, A. S. (2021). *Pengaruh BTS Sebagai Brand Ambassador Terhadap Brand Image dan Minat Beli Konsumen Tokopedia di Indonesia*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Risnaldi, P. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Image dan Keputusan Pembelian (Studi Kasus: Cristiano Ronaldo sebagai Brand Ambassador Shopee)*. Bandung: Universitas Telkom.
- Royda, & Riana, D. (2022). *Investasi dan Pasar Modal*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Santoso, D. A., Erdiansyah, R., & Pribadi, M. A. (2018). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Innisfree. *Prologia*.

- Sari, S., Syamsuddin, & Syahrul. (2021). Analisis Brand Awareness Dan Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya Di Makassar. *Journal Of Business Administration (JBA)*.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer behavior*. Pearson Education.
- Seongseop, Y. J., & Petrick, J. F. (2018\). The Effect Of Celebrity On Brand Awareness, Perceived Quality, Brand Image, Brand Loyalty, And Destination Attachment To A Literary Festival. *Journal Of Destination Marketing & Management*.
- Shimp, T. A. (2003). *Promotional Advertising Additional Aspects of Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Erlangga.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Sudaryono. (2017). *Metode Penelitian*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran* (4 ed.). Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tumewu, F. J. (2019). MINAT INVESTOR MUDA UNTUK BERINVESTASI DI PASAR MODAL MELALUI TEKNOLOGI FINTECH. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI UNIVERSITAS SAM RATULANGI*.
- Widyastuti, T. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Tempe. *Jurnal Ecodemica*.
- Winadi, J. S. (2017). Hubungan Word Of Mouth Dengan Brand Awareness Teh Kotak. *Jurnal Ekomunikasi*.
- Zahid, W., & Dastine, O. (2016). Factors Affecting Purchase Intention Of South East Asian (SEA) Young Adults Towards Global Smartphone Brands. *ASEAN MARKETING JOURNAL*.
- Zia, K. (2018). *Analisis Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Merek Rabbani di Kota Jambi*. Jambi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin.