

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, D., & Harahap, D. A. (2018). PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN PERUSAHAAN TERHADAP KESADARAN MEREK PELANGGAN. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aryani, Y. (2019). THE EFFECT OF BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, AND PRICE ON PURCHASE INTENTION. *SSRN Electronic*.
- Farahdiba, D. (2020). Konsep dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen. *JURNAL ILMIAH KOMUNIKASI MAKNA*, 8.
- Fauziah, N., & Mubarak, D. A. (2019). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI : STUDI PADA PRODUK KECANTIKAN. *Journal IMAGE*, 8, 37-44.
- Ghozali, I. (2016). *aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*.
- Gul, G. N., G. F., Jing, Z., Gul, G. R., Zhenxing, G., & Gul, G. W. (2020). The role of endorsers in bringing defunct brands back to life:.. *Journal of Product & Brand Management*.
- HAMDANI, A. I. (2022). PENGARUH BRAND AMBASSADOR NCT DREAM TERHADAP MINAT BELI PRODUK MIE INSTAN LEMONILO DI KOTA BANDUNG. Universitas Telkom, S1 Administrasi Bisnis. Retrieved from <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/>
- Hariyanti, N, T., & Wirapraja, A. (n.d.). engaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur. *Jurnal Eksekutif*, 15.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). PENGARUH INFLUENCER MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL ERA MODEREN (SEBUAH STUDI LITERATUR). *Jurnal EKSEKUTIF*, 138.
- Haryanti, S., Mursito, B., & Sudarwati. (2019). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK BATIK PADA PT. DANAR HADI SURAKARTA. *JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA*, 145.
- Ilmi, s., Pawenang, S., & Marwati, F. (n.d.). Pengaruh Choi Siwon Sebagai Brand Ambassador, Brand Image (Citra Merek) dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Mie Korea. *Jurnal Edunomika*, vol.4 .
- Isnan, M. F., & Rubiyanti, R. N. (2021). PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI TIKET.COM DI JAWA BARAT. *e-Proceeding of Management*.

- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan, Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Depok: Kharisma Putra Utama.
- Kirana, L. C., Trijayanti, R. T., & Sari, Y. I. (2020). PENGARUH ZASKIA ADYA MECCA SEBAGAI BRAND AMBASSADOR DALAM INSTAGRAM MECCANISMOFFICIALSHOP TERHADAP BRAND IMAGE MECCANISM . *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi*.
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi, Volume 3*.
- Kusumasondjaja, S., & Tjiptono, F. (2019). Dukungan dan kompleksitas visual dalam iklan. *Penelitian Internet*, 659-687.
- Lailiya, N. (2020). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA. *IQTISHADequity*.
- Lestari, I., Martin, Manullang, M., Butar-Butar, R. S., & Daulay, Z. R. (2021). The Effect Of Brand Ambassador and Prices on The Purchase Decision Of Android Hand Phone Through Interest In Buying Consumers In Medan City. *International Journal of Science, Technology & Management* .
- Liang, H. L., & Lin, P. I. (2018). Influence of multiple endorser-product patterns. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 415–432.
- Nurhasanah, Mahliza, F., Nugroho, L., & Mihadi, Y. P. (2020). The Effect of E-WOM, Brand Trust, and Brand Ambassador on Purchase Decisions at Tokopedia Online Shopping Site. *International Conference on Advanced Science and Technology*.
- Oktasari, S. (2022). Pengaruh Advertising InstagramDan Suasana Toko Terhadap Minat Beli(Survei Pada Konsumen Sakka.Id Tasikmalaya). *Jurnal Cendekia Ilmiah*.
- Prabandini, R., & Rachmawati, I. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Informasi Terhadap Minat beli dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Socciola. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*.
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). PENGARUH BRAND AMBASSADORDAN BRAND IMAGETERHADAP MINAT BELI YANG BERDAMPAK PADAKEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*.
- Putri, A. D., & Wahyuni, I. I. (2022). Pengaruh Arief Muhammad Sebagai Brand Ambassador Di Instagram Terhadap Brand Loyalty Erigo Apparel Pada Program #Kembalikeerigo. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(5).
- Putri, G. S., & Amalia, A. M. (2020). Model Komunikasi Pemasaran Terpadu Sport Tourism di Kabupaten Malang. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3.

- RAHMA, A. F. (2022). PENGARUH BRAND AMBASSADOR SONG JOONG KI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SCARLETT WHITENING. Universitas Telkom, S1 Administrasi Bisnis. Retrieved from <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id>
- Rahmawati, A., Untari, S. I., & Lukitaningrum, K. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Covid-19 (Studi Kasus Terhadap Perusahaan Penerbitan Gema Insani). *Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Ramadayanti, F. (2019). Peran Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 78-83.
- Roisah, R., Meliawati, Y., & Angliawati, R. Y. (2021). Meningkatkan Minat Beli Melalui Brand Ambassador. *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa*.
- Royan, F. (2005). *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Silaningsih, E., & Utami, P. (2018). PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) PRODUK OLAHAN MAKANAN RINGAN. *Jurnal Sosial Humaniora*.
- Siskhawati, L., & Maulana, H. A. (2021). THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR AND KOREAN WAVE ON PURCHASE DECISION FOR NEO COFFEE PRODUCTS. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018). *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 8, 21-34.
- Sriyanto, A., Kuncoro, A. W., Sarsito, A., & Istikomah, K. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018). *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfa Beta.
- SUPUTRA, A. G. (2022). PENGARUH BRAND AMBASSADOR ARYA SALOKA TERHADAP MINAT PEMBELI PADA SHOPEE DI BALI. Universitas Telkom, S1 Administrasi Bisnis. Retrieved from <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/>

- Syaiful Bahri, S. (2018). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS - Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. CV. ANDI OFFSET.
- Triningtiyas, R. (2020). pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Beauty Vlogger Sebagai Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Jopankar Cosmetics Di Kota Bandung. *elibraryunikom*.
- Utami, S. P., Setyowati, N., & Mandasari, P. (2020). Celebrity Brand Ambassador and e-WOM as Determinants of Purchase Intention: A Survey of Indonesian Celebrity Cake. *E3S Web of Conferences* 142.
- Utaminingsih, S. L., & Sudrajat, R. H. (2021). PENGARUH STRAY KIDS SEBAGAI BRAND AMBASSADOR TERHADAP BRAND LOYALTY SHOPEE. *e-Proceeding of Management*, 8.
- Widodo, S. (2018). STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN SIKLUS HIDUP PRODUK (PRODUCT LIFE CYCLE). *Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 86.
- Wulandari, T. (2021). The Influence of Celebrity Endorsers and Product Reviews on Shopee Consumers' Buying Interest in Palembang City. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*.