

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu, L. T. (2022). Pengaruh Brand Ambassador BTS (Bangtan Boys) dan E-Trust Terhadap Minat Beli: Studi Pada Komunitas Pengguna Marketplace Tokopedia di Media Sosial. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, Volume 4 No 5*, 1525-1539.
- Cee, I. S. (2017). Pengaruh Brand Origin, Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Minat Beli Sepatu Macbeth di Sogo Galaxy Mall Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, vol 1* , 2.
- Dewi, R. R. (2020). Pengaruh Brand Ambassador, Perceived Quality, dan Product Knowledge Terhadap Purchase Decision Nature Republic Aloe Vera 92% Soothing Gel di Kabupaten Kebumen (Studi Pada Konsumen Nature Republic Aloe Vera 92% Soothing Gel di Kabupaten Kebumen). 2-6.
- Dina Arti Masyita, A. L. (2017). Pengaruh Brand Ambassador Dian Sastrowardoyo Terhadap Brand Image Produk Makeup L'oreal Paris. *JRAMB, Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, UMB Yogyakarta Volume 3 No. 1*, 43-46.
- Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek. (Q. Media, Ed.)
- Fitriany, L. O. (2022). Pengaruh Korean Wave Brand Ambassador dan Brand Personality Terhadap Minat Beli Produk Laneige Pada Wanita Generasi Milenial di Kota Makassar. *Nobel Management Review, Volume 3 Nomor 1*, 40-48.
- Friend, B. a. (2018). Rise of The Brand Ambassador: Social. Preliminary Communication .
- Gani, A. R. (2021). The Influence of Korean Wave and Brand Ambassador NCT127 as The Nu Green Tea Brand Ambassador On Purchasing Decisions In Makassar, South Sulawesi. 14-28.
- Gita, D. d. (2016). Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Image Perusahaan zalora.co.id.
- Indratama, A. &. (2014). *Pengaruh Citra Merek dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Bank Syariah Mandiri*. Jurnal Ilmu Manajemen.
- Keller, K. d. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. &. (2014). *Principle Of Marketing (15th ed)*.
- Kotler, P. a. (2016). *A Framework For Marketing Management*., England: Pearson.
- Kotler, P. a. (2016). *Marketing Management (15th ed)*. Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. d. (2017). *Manajemen Pemasaran*.
- Kumala, E. F., Widodo, J., & Zulianto, M. (2022, Februari 01). The Effect Of Using The K-pop Idol Ambassador Brand and Company Brand Image On Purchase Decisions On The Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen ISSN 2714-6332 | 2614-3976*. Retrieved from <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/profitability> |
- Lea-Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communication*. USA: Wiley.

- Ningsih, R. W., Wijayanto, G., & Marhadi. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Korean Wave Terhadap Brand Image dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen, Volume 01 No 4*, 440-446.
- Pebriyanti, E., & Kusmayadi, O. (2022). Brand Ambassador and Brand Personality on Decision to Purchase Nature Republic in Karawang. *ATM, Vol. 6, No. 1*.
- Riadi, M. (2019). *Pengertian, Karakteristik dan Manfaat Brand Ambassador*. Retrieved from <https://www.kajianpustaka.com/2019/03/pengertian-karakteristik-dan-manfaat-brand-ambassador.html>
- Riadi, M. (2021). *Citra Merek (Brand Image) - Pengertian, Aspek, Komponen dan Pengukuran*. Retrieved from <https://www.kajianpustaka.com/2021/04/citra-merek-brand-image.html>
- Royan, F. M. (2004). *Marketing Celebrities, Selebriti dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: Media Komputindo.
- Sagia, A., & Situmorang, S. H. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality dan Korean wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia, Volume 5 Nomor 2*.
- Schiffman, K. (2007). *Perilaku Konsumen*. (Edisi Kedua ed.). Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Schiffman, L. O. (2000). *Consumer Behavior* (Fifth Edition ed.). New Jersey.
- Setiawan, H., & Naumovska, L. (2021). How BTS as Tokopedia Brand Ambassador Influence the Brand Image and Customer Purchasing Decision in Jakarta. *Proceeding Book of The 6th ICMEM*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). *Service Management. Mewujudkan Layanan Prima*. Andi Offset.
- Wardani, P. E., & Nugraha, A. K. (2022, October 1). The Influence of Brand Ambassador, Country of Origin, and Brand Image on Purchase Decisions of Skincare Product. *Asian Journal of Entrepreneurship e-ISSN: 2716-6635 / Vol. 3, No. 3*, 88-89.
- Yanti, N. F., & Gusfa, H. (2022, April 2). Pengaruh Brand Ambassador Hamish Daud dan Iklan Terhadap Brand Image Clear. *Jurnal Manajemen Komunikasi, Volume 6, No. 2*, 263-280.
- Yoel, D. A., Massie, J. D., & Tielung, M. V. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen di Era New Normal Pandemi Covid-19 pada Baskin-Robbins Manado Town Square. *ISSN 2303-1174*, 139-143.