

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi Wicaksono. (2020, February 6). 11 Kampus Swasta di Jakarta Tutup Karena Gagal Kelola. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200206193523-20-472421/11-kampus-swasta-di-jakarta-tutup-karena-gagal-kelola>.
- Almaida, A., Baumassepe, A. N., & Azzahra, W. F. (2019). *Social Media Influencers vs. Brand Ambassador for Brand Image*. 35, 2899–2921.
- Andarina, F., & Putri, B. P. S. (2022). The Effect of Ambassador Fiki Naki's Brand on the Brand Image of Ruangguru. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, V. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i4.7058>
- Arianty Nel, & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, IV*. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Arifin, M. S. (2021). *STRATEGI KOMUNIKASI BRANDING PERGURUAN TINGGI*. www.stital.ac.id
- Arisandi, B. (2022). Pengaruh Sektor Pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sumbawa. *Journal of Finance and Business Digital*, 1(3), 171–182. <https://doi.org/10.55927/jfbd.v1i3.1183>
- Asyiqin, M. Z., & Sudrajat, R. H. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador The Baldys Terhadap Brand Image Lemonilo*. 3575–3579.
- Bandur, A. (2021). *Penelitian Kuantitatif : Metodolog, Desain, dan Analisis Data dengan SPSS, AMOS & Nvivo*. Mitra Wacana Media .
- Cheng, H. L., Tan, C. M., Chiu, C. M., Huang, H. Y., & Lee, Y. C. (2024). Using the ELM to Explore the Impact of Fake News on Panic Vaccination Intention: Taiwan's COVID-19 Vaccination Phenomenon. *Journal of Global Information Management*, 32(1), 1–39. <https://doi.org/10.4018/JGIM.335487>
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif* (P. Latifah, Ed.). PT Remaja Rosdakarya.
- Djaali. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. PT Bumi Aksara.
- Elvera, & Astarina, Y. (2021). *Metodologi Penelitian (I)*. ANDI.
- Frintika, M. T. (2023). *Pengaruh E-WOM, Brand Image, Product Features, dan Product Price terhadap Purchase Intention Smartphone Samsung Galaxy S23 di Indonesia*.
- Gita, Di. (2016). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Pada Perusahaan Online Zalora.co.id*.
- Handayani, S., & Sholikhah, N. (2021). Pengaruh Antara Self Efficacy Dan Self Regulated Learning Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Selama

- Pembelajaran Daring. *EDUKATIF : JURNAL ILMU PENDIDIKAN*, 3(4), 1373–1382. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i4.553>
- Herdana, A. (2015). *Analisis Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness) Pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance (Studi Pada Pru Passion Agency Jakarta)*. www.topbrand-award.com,
- Hernawati, A. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Shopee Pada Generasi MILLENNIALS*.
- Ikhsan, M. P., Suharyono, & Abdillah, Y. (2014). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada Pengguna Line di Asia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol, 12(1)*.
- Irwandy, D., & Rachmawati, D. (2018). Penerapan Elaboration Likelihood Theory Dalam Mempengaruhi Konsumen Pada Pemilihan Produk Telepon Genggam. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17, 201–206.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif : Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Quadrant.
- Juliana, J., & Johan, J. (2020). Pengaruh brand image terhadap keputusan memilih universitas dengan brand trust sebagai variabel intervening. *Journal of Business and Banking*, 9(2), 229. <https://doi.org/10.14414/jbb.v9i2.1978>
- Kasim, K. T. (2014). Analisis Komparatif Selera Konsumen Perkotaan Dengan Perdesaan Terhadap Pembelian Selendang Gendongan Bayi Merk Badawi Traso Warna Merah (Studi Kasus Pada Ud. Sinar Baru Lumajang Dan Ud Hj. Farida Yosowilangun Lumajang). *Jurnal WIGA*, 4(1).
- Keller, K. L. (2008). *Strategic Brand Management : Building, Measuring, And Managing Brand Equity* (D. Parker, Ed.). Pearson Education.
- Kertamukti. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan : Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kinanti, P. F., & Rosdiana, Y. (2022). *Pengaruh Operating Leverage terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2016-2020*. <https://doi.org/10.29313/bcsa.v2i1.1354>
- Kirana, L. C., Trijayanti, Ri. T., & Sari, Y. I. (2020). Pengaruh Zaskia Adya Mecca Sebagai Brand Ambassador Dalam Instagram Meccanism official shop Terhadap Brand Image Meccanism. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(2), 308–320.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education, Inc.

- Lingga, N. E., & Putri, B. P. S. (2022). PENGARUH BRAND AMBASSADOR JEROME POLIN TERHADAP BRAND IMAGE ZENIUS EDUCATION. *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia Of Communication Theory*.
- Lomboan, S. (2013). *The Impact of Celebrity Endorsement on Brand Image*. 1, 788–795.
- Masyita, D. A., & Yulianti, A. L. (2017). Pengaruh Brand Ambassador Dian Sastrowardoyo Terhadap Brand Image Produk Makeup L'oreal Paris (Studi Pada Konsumen L'oreal Kota Bandung). *JRAMB, Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, III*.
- Mudzakir, F. (2018). *The Influence Of Brand Ambassador Usage Toward Brand Image Oppo*.
- Neswardi, S., & Yuanita, I. (2022). Pengaruh Brand Image dan Lokasi terhadap Keputusan Calon Mahasiswa Melanjutkan Studi di Perguruan Tinggi. *Jumyetty Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 14(2).
<https://ejournal2.pnp.ac.id/index.php/jipb>
- Nurazhari, L., & Putri, Y. R. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Blackpink Terhadap Brand Image Tokopedia Periode 2021. *Jurnal Medium : Jurnal Ilmiah Fakultas Komunikasi Universitas Islam Riau*, 10(1).
- Panggabean, A. D. (2024, May 29). *Ini Data Statistik Penggunaan Media Sosial Masyarakat Indonesia Tahun 2024*.
- Priyanti, H., Rusliyawati, & Damayanti. (2019). Pengaruh Media Richness Dan Frequently Update Terhadap Loyalitas Civitas Akademika Perguruan Tinggi. *Jurnal TEKNOKOMPAK*, 13(2), 7–10.
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46.
<https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.526>
- Putri. (2023). *Pengaruh Iklan Marketplace Menggunakan Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness (Studi Pada NCT 127 Sebagai Brand Ambassador)*.
- Raharja, S. W., & Melinda, T. (2015). *The Influence Brand Ambassador to Brand Image Online Shop*.
- Risnaldi, P. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Dan Keputusan Pembelian (Studi Kasus: Cristiano Ronaldo Sebagai Brand Ambassador Shopee)*.
- Riswanto. (2020a). *PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU DALAM MENARIK MINAT CALON MAHASISWA BARU*.

- Riswanto. (2020b). *Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Bengkulu Dalam Menarik Minat Calon Mahasiswa Baru*.
- Rosihana, A. D. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi (studi pada sector industry barang consumer primer tahun 2019-2021). *Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 119–132.
- Rosyadi, A. (2021). PERAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI MELALUI BRAND AWARENESS. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 18.
- Safitri, W. R. (2016). Analisis Korelasi Pearson Dalam Menentukan Hubungan Antara Kejadian Demam Berdarah Dengue Dengan Kepadatan Penduduk Di Kota Surabaya Pada Tahun 2012 - 2014. *STIKES Pemkab Jombang*.
- Sarnita Sadya. (2023, April 10). Ada 4.004 Perguruan Tinggi di Indonesia pada 2022. <https://DataIndonesia.id/Ragam/Detail/Ada-4004-Perguruan-Tinggi-Di-Indonesia-Pada-2022>.
- Sejarah Telkom University*. (n.d.). Retrieved November 9, 2023, from <https://telkomuniversity.ac.id/sejarah-telkom-university/>
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta, cv. .
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Suminar, R., & Wahyuni, S. (2021). *Peranan Inovasi Dan Komunikasi Marketing Terpadu Dalam Keputusan Memilih Perguruan Tinggi (Kasus ITL Trisakti) Innovation And Integrated Marketing Communication Towards Purchase Intention Of University Selection (ITL Trisakti Case) (Vol. 7, Issue 1)*. <https://journal.itltrisakti.ac.id/index.php/jmbtl>
- Syamsuar, G., & Megayani. (2022). *Perbandingan Pengaruh Brand Ambassador BTS Dengan Blackpink Terhadap Minat Beli Pada Tokopedia Menggunakan Mann Whitney U-Test*.