

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, I. (2015). Kriteria Empirik Dalam Menentukan Ukuran Sampel Pada Pengujian Hipotesis Statistika Dan Analisis Butir. *Jurnal Formatif*, 2(2), 140–148.
- Arifin, J. (2017). *SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi*. Kelompok Gramedia.
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Bryman, A. (2008). *Social Research Methods* (3rd Editio).
- Barnes, L., & Lea-Greenwood, G. (2018). Pre-loved? Analysing the Dubai luxe resale market. In *Vintage luxury fashion*. Palgrave Macmillan.
- Cooper, D. R., & Pamela, S. S. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (11th ed.). Salemba Empat.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, Campuran*. Pustaka Pelajar.
- Febrina R, Mila, Sampurno, dan Djoharsjah Mx. (2017). Pengaruh Brand Ambassador Dan Hallyu Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Brand Switching dan Implikasinya Terhadap Kepuasan Konsumen Kosmetik Di Jakarata. Vol 19, No. 3. *Jurnal Ekonomi Program Pascasarjana Univeristas Borobudur*. <https://doi.org/10.37721/je.v19i3.26>.
- dengan Metode Vertical Electrical Sounding (VES) Konfigurasi Schlumberger di Wilayah Cepu, Blora Jawa Tengah. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 2(6):33.
- Firmansyah, Anang (2019), *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Cetakan Pertama. Jakarta : CV. Penerbit Qiara Media
- Fraenkel, J. R., & Norman, E. W. (2009). *How To Design and Evaluate Research in Education*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2014. *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Semarang : Badan Penerbit Universitas.
- Guba, E., & Lincoln, Y. (1994). *Paradigma Yang Bersaing Dalam Penelitian Kualitatif*. Sage Publicitions.
- Hatmawan, A. A., & Riyanto, S. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. CV Budi

Utama.

- Jargalsaikhan, B. E., Ganbaatar, N., Urtnasan, M., Uranbileg, N., Begzsuren, D., Patil, K. R., Mahajan, U. B., Unger, B. S., Goyal, S. N., Belemkar, S., Surana, S. J., Ojha, S., Patil, C. R., Mansouri, M. T., Hemmati, A. A., Naghizadeh, B., Mard, S. A., Rezaie, A., Ghorbanzadeh, B., ... Yuanita, E. (2019). 濟無No Title No Title No Title. In *Molecules* (Vol. 9, Issue 1). <http://jurnal.globalhealthsciencegroup.com/index.php/JPPP/article/download/83/65%0Ahttp://www.embase.com/search/results?subaction=viewrecord&from=export&id=L603546864%5Cnhttp://dx.doi.org/10.1155/2015/420723%0Ahttp://link.springer.com/10.1007/978-3-319-76>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kusuma, I. R., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador Iqbaal
- Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. *Fashion Marketing Communications Ebook*. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Luthfiah Nurazhari, Yuliana Rachma Putri. Pengaruh Brand Ambassador BLACKPINK Terhadap Brand Image Tokopedia Periode 2021. *Journal UIR*, vol. 10, No. 1. 2021. [https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10\(1\).9244](https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10(1).9244).
- Mardiani, A S dan Wardhana, A. 2018. Pengaruh Brand Ambassador terhadap Minat Beli Konsumen Bandung Kunafe Cake. Vol.5, No.2, 2577-2583.
- Muchson, M. 2017. *Statistik Deskriptif*. Bogor: Guepedia Ramadhan terhadap Minat Beli Ruangguru di Indonesia. e-Proceeding of Management, 6172-6180.
- Muchson. (2017). *Statistik Deskriptif*. Guepedia.
- Nadila Oktaviani, Saida Zainurossalamia ZA (2021).Pengaruh Brand Ambassador BLACKPINK Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image. *Jurnal FEB UNMUL*, vol. 17, No 3. 2021, pp 395-402. <https://doi.org/10.30872/jinv.v17i3.9487>.
- Nurazhari, L., & Putri, Y. R. (2022). Pengaruh Brand ambassador Blackpink TERHADAP Brand image tokopedia periode 2021. *Medium*, 10(1), 166–174. [https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10\(1\).9244](https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10(1).9244).
- Nur Fitri Yanti, Henni Gusfa (2022). Pengaruh Brand Ambassador Hamish Daud dan Iklan Terhadap Brand Image Clear. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, Vol 6, No. 2, April 2022, pp. 263-280. <http://dx.doi.org/10.24198/jmk.v6i2.34802>.

- Nurlaila. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Produk Scarlett di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, Vol 7, No 2 (2023). <http://dx.doi.org/10.29040/jie.v7i2.9578>.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2011). Prof. Dr. Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Intro (PDFDrive).pdf. In *Bandung Alf* (p. 143).
- Raihanah, Siti, et al. "Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Produk Wardah Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Ujung Pandang." *Journal of Business Administration*, vol. 1, no. 2, 3 Dec. 2021, pp. 111-121, doi:10.31963/jba.v1i2.3006.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Intergrated Marketing Communication*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rence B, Kim, Yan. (2019) Effects Of Brand Experience, Brand Image And Brand Trust On Brand Building Process: The Case Of Chinese Millennial Generation Consumers. *Journal of International Studies*, vol. 12, No. 3, doi : 10.14254/2071-8330.2019/12-3/1
- Rossiter, J. R., & Percy, L. (2015). *Strategi dalam Periklanan*. Gramedia Pustaka Umum.
- Royan, Frans M. (2004). "Marketing Celebrities". PT Elex Media Komputindo, Jakarta
- Sekaran, U. (2013). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. *New York-USA: John Wiley and Sons, Inc.*
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Kencana.
- Singarimbun, M., & Efendi. (1995). *Metode Penelitian Survey*. PT Pustaka LP3ES.
- Sugiharto, & Sitinjak. (2006). *Lisrel*. Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2013). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

- Siti Raihanah, Syahriah Sari, Ahmad Usman (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Produk Wardah Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Ujung Pandang. *Jurnal of Business Administration*, vol. 1, No. 2, Desember 2021. <https://doi.org/10.31963/jba.v1i2.3006>.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi Offset.
- Wang, F., & Hariandja, E. . (2016). aran. Yogyakarta: Cv. Andi Wang, F., & Hariandja, E. S. (2016). The Influence Of Brand Ambassador On Brand Image And Consumer Purchasing Decision : A Case Of Tous Les Jours In Indonesia. *International Conference Od Entrepreneurship, March, 292–306*.
- Windiyastari, Glenda Melina. Fenomena Ujaran Kebencian Di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Mengenai Ujaran Kebencian Ahmad Dhani Di Media Sosial Twitter). Diss. Universitas Komputer Indonesia, 2019
- Xiong Liping, Cho Vincent, Kris My Law, dan Lianne Lam (2021). A Study of KOL Effectiveness on Brand Image Of Skincare Products. 2021. pp 3-23. <https://doi.org/10.1080/17517575.2021.1924864>.