

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aaker, A. David. (2013). *Manajemen Ekuitas Merek*. Alih Bahasa: Aris Ananda, (2013). Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- Aaker, A. David & Alexander L. Biel (2009). *Brand Equity & Advertizing*. New York: Psychology Press.
- Ardianto, Elfinaro. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Public Relation Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (2nd Ed.). Jakarta: Kencana.
- Enterprise, Jubile (2014). *SPSS untuk Pemula*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Febriani, Nufian S & Wayan Weda Asmara Dewi (2018). *Teori dan Praktis Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: UB Press.
- Hitchens, Julia & Paul Hitchens (2010). *Create The Perfect Brand*. London: Hodder & Stoughton.
- Hollis, Nigel (2010). *The Global Brand: How to Create and Develop Lastng Brand Value om the World Market*. United Stated of America: Millward Brown.
- Kartajaya, Hermawan. 2010. *Brand Operation*. Jakarta : Esensi Erlangga Group.
- Keller, Kevin Lane. (2012). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (4th Ed.). United States of America: PEARSON.
- Kotler, P. & K.L. Keller (2012). *Marketing Management 14th Edition*. United States: Pearson Prentice Hall.

Kotler, P. & K.L. Keller (2016). *Marketing Management 15th Edition*. United States: Pearson Prentice Hall.

Latief, Rusman (2018). *Word of Mouth Communication*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.

Lonsway, Brian (2009). *Making Leisure Work*. New York: Routledge.

Manzoor, Amir (2010). *E-Commerce an Introduction*. United Stated of America: Lap Lambert Academic.

Permana, Irvan (2012). *Brand is Like a Donut*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.

Prasetyo, Bambang D., dkk (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: UB Press.

Rangkuti, Freddy. 2008. *The power of Brands : Teknik Mengolah Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Silalahi, Ulber. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: Refika Aditama.

Sugiono (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Trott, Sangeeta & Vinod V. Sopie (2016). *Brand Equity: An Indian Perspective*. Delhi: Asoke K. Ghosh.

Jurnal

Kurniawan, Fansisca Juanda & Yohanes Sondang Kunto (2014). *Analisa Pengaruh Visibility, Credibility, Attraction, dan Power Celebrity Endorser terhadap Brand Image Bedak Marcks Venus*. “Jurnal Manajemen Pemasaran Petra”. Surabaya: Universitas Kristen Petra.

Magdalena, Puspita Astria, Suharyono, & Mukhammad (2015). *Pengaruh Brand Ambassador terhadap International Brand Image serta Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian*. "Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)". 23 (1), 1-23. Malang: Universitas Brawijaya.

Masyita, Dina Arti & Ai Lili Yuliarti (2017). *Pengaruh Brand Ambassador Dian Sastrowardoyo terhadap Brand Image Produk MakeUp L'oreal Paris (Studi Pada Konsumen L'oreal Kota Bandung)*. "Jurnal Riset Akuntansi Mercubuana". 3 (1), 41-47. Yogyakarta: Universitas Mercubuana.

Putra, Muhammad Ikhsan Putra, Suharyono & Yusri Abdillah (2014). *Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Image serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada pengguna LINE di Asia)*. "Jurnal Administrasi Bisnis". 12 (1), 1-10. Malang: Universitas Brawijaya.

Rizki, Shinta Pamudyaning Rizki & Mudiantono (2016). *Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Brand Image serta Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Face Care Garnier di Kota Semarang)*. "Diponegoro Journal of Management". 5 (2), 1-12. Semarang: Universitas Diponegoro.

Wang, Felicia (2016). *The Influence of Brand Ambassador on Brand Image and Consumer Purchasing Decision: A Case of Tous Les Jours Indonesia*. "International Conference on Entrepreneurship". Tangerang: Universitas Pelita Harapan.

Website

Angeline, Nanci (2019). *Dicap Alay hingga Jadi Tren, Begini Perkembangan K-Pop dari Masa ke Masa*. <https://hot.detik.com/kpop/d-4392910/dicap-alay-hingga-jadi-tren-begini-perkembangan-k-pop-dari-masa-ke-masa>, diakses 13 Maret 2019, pukul 14.57 WIB.

Apakah Arti Sesungguhnya dari Brand Ambassador (2017).
<https://www.brandambassador.life/id/id/post/apakah-arti-sesungguhnya-dari-brand-ambassador>, diakses pada 13 Maret 2019, pukul 15.33 WIB.

Hartanto, Eko (2017). *Perbedaan Skala Likert Lima Skala dengan Modifikasi Skala Likert Empat Skala*. “Metodologi Penelitian”.
[https://www.academia.edu/34548201/PERBEDAAN SKALA LIKERT LIMA SKALA DENGAN MODIFIKASI SKALA LIKERT EMPAT SKALA](https://www.academia.edu/34548201/PERBEDAAN_SKALA_LIKERT_LIMA_SKALA_DENGAN_MODIFIKASI_SKALA_LIKERT_EMPAT_SKALA), diakses 29 April 2019.

Juwita, Ria (2018). *Blackpink Resmi Jadi Brand Ambassador Shopee di Asia*.
<https://www.gadis.co.id/Ngegosip/blackpink-resmi-jadi-brand-ambassador-shopee-asia->. Diakses pada diakses pada 10 Februari 2019, pukul 10.04 WIB.

Millah Syaiful (2019). *Ada Shopee Live, Jualan Online Bisa Lewat Streaming*.
<https://teknologi.bisnis.com/read/20190607/266/931626/ada-shopee-live-jualan-online-bisa-lewat-streaming> , diakses 7 Juli 2019, pukul 14.55 WIB.

Muthiasp (2018). *Heboh Pro Kontra Petisi Boikot Iklan Blackpink di Televisi Indonesia*.
<https://today.line.me/id/pc/article/Heboh+Pro+Kontra+Petisi+Boikot+Iklan+BLACKPINK+di+Televisi+Indonesia-Xn9Y1X>, diakses 13 Maret 2019, pukul 12.01 WIB.

Wardani, Agustin Setyo (2018). *Ini 5 e-commerce Paling Top di Indonesia Versi iPrice, Siapa Saja?* <https://www.liputan6.com/tekno/read/3585699/ini-5-e-commerce-paling-top-di-indonesia-versi-iprice-siapa-saja>, diakses 5 Februari 2019, pukul 11.01 WIB.

<https://careers.shopee.co.id/about/>, diakses 26 Juni 2019, pukul 12.38 WIB.