

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Belch, G. E., & Belch. M. A. (2015). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective 10th edition*. Boston: McGraw-Hill Irwin.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2016). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications 7th Edition*. England: Pearson.
- Griffin, E. (2011). *A First Look At Communication Theory. 8th Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kennedy, J. E., & Soemanagara. D. (2010). *Marketing Communication: Teknik dan Strategi*. Jakarta. PT Buana Ilmu Populer
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14th Edition*. New Jersey: Prentice Hall
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle of Marketing 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Lea-Greenwood, G. (2013). *Fashion Marketing Communications*. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Percy, L. (2014). *Strategic Integrated Marketing Communications 2nd Edition*. UK: Taylot & Francis Ltd.

- Priyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing
- Santoso, S. (2016). *Panduan Lengkap SPSS Versi 23*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior 10th Edition*. Bandung: CV Mandar Maju.
- Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Shimp, T. A. (2010). *Advertising Promotion and Other Aspects of Interated Marketing Communication 8th Edition*. Canada: Nelson Education Ltd
- Solomon, M. (2018). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being 12th Edition*. England : Pearson Education
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Suryadi, E., Darmawan D. & Muyadi, A. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi Dengan Pendekatan Kuantitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Jurnal

- Bhara, A. M., & Syahida, A. R. (2019). Pengaruh Iklan “Shopee Blackpink Sebagai Brand Ambassador” Terhadap Minat Belanja Online Mahasiswa. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 8 (4), 288-296.
- Darwati, A. M., & Yulianto, E. (2019). Pengaruh Penggunaan Western Model Sebagai *Brand Ambassador* Terhadap Sikap pada Iklan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli (Survei Online Minat Beli Produk Kosmetik Maybelline New York di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 69 (1), 1-10.

- Kurniawan, F. J. & Kunto, Y. S. (2014). Analisa Pengaruh Visibility, Credibility, Atraction, dan Power Celebrity Endorser Terhadap Brand Image Bedak Marcks Venus. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2 (1), 1-8.
- Larasari, E. Lutfi & Mumtazah, L. (2018). Pengaruh Brand Ambassador dan Event Sponsorship Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Produk Smartphone Vivo pada Mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa). *SAINS: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9 (1), 261-280.
- Lukitaningsih, A. (2013). Perkembangan Konsep Pemasaran: Implementasi dan Implikasinya. *Jurnal Maksipreneur*, 3 (1), 21-35.
- Ningrum, N. S. (2016). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen MD Clinic By Lazeta. *Jurnal Bisnis dan Iptek*, 9 (2), 141-152.
- Pramono, R., & Ferdinand, A. T. (2012). Analisis Pengaruh Harga Kompetitif, Desain Produk, dan Layanan Purna Jual Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Semarang). *Diponegoro Business Review*, 1 (1), 1-9.
- Rachman, F., Ginting R., & Amir H. (2014). Pengaruh Stimulus Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Baru Jenis Fashion yang Dipasarkan di Forum Jual Beli Kaskus. *Jurnal Epigram*. 11 (2), 173-182.
- Soesatyo, N., & Rumambi, L. J. (2013). Analisis Credibility Celebrity Endorser Model: Sikap Audience Terhadap Iklan dan Merek Serta Pengaruhnya Pada Minat Beli “Top Coffee”. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1 (2), 1-12.
- 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 (1), 21-34.

Younus, S. Rasheed, F. & Zia, A. (2015). Identifying the Factors Affecting Customer Purchase Intention. *Global Journal of Management and Business Research: A Administration and Management*, 15 (2), 8 -14.

Artikel Internet

Anonim. (2018, -). *Jumlah Penduduk Provinsi DKI Jakarta Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin 2018*. Jakarta.bps.co.id. <https://jakarta.bps.go.id/dynamictable/2019/09/16/58/jumlah-penduduk-provinsi-dki-jakarta-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-2018-.html>

Bachdar. (2018, 24 maret). *Generasi Milenial Masih Pembelanja Online Terbesar di Indonesia*. Marketeer.com. <https://marketeers.com/generasi-milenial-masih-pembelanja-online-terbesar-di-indonesia/>

Devita, V. D., Fenalosa, A. & Hilao. E. (2019, 5 Desember). *Pengguna Aktif Bulanan Aplikasi E-Commerce di Indonesia dan Asia Tenggara*. Iprice.co.id. <https://iprice.co.id/trend/insights/pengguna-aktif-bulanan-aplikasi-e-commerce-di-indonesia-dan-asia-tenggara/>

Eka. R. (2018, 4 Juli). *Lanskap E-commerce di Indonesia dari Perspektif Konsumen*. Dailysocial.id. <https://dailysocial.id/post/e-commerce-di-indonesia-2018>

IDN Research Institute. (2019, -). *Indonesia Millenial Report 2019*. Idntimes.com. <https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-millennial-report-2019-by-idn-times.pdf>

Rahayu, N. (2019, 19 Februari). *Pertumbuhan E-Commerce Pesat di Indonesia*. Wartaekonomi.co.id. <https://www.wartaekonomi.co.id/read216302/pertumbuhan-e-commerce-pesat-di-indonesia>

Simon. (2020, 18 Februari). *Report Digital 2020: Indonesia*. Datarareportal.com.
<https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>

Triadanti. (2019, 26 Februari). *Jadi Gaya Hidup, Benarkah Fans Kpop Kaya Raya atau Cuma Modal Kuota?*. Idntimes.com.
<https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota/full>