

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Aaker, A. David. (2013). *Manajemen Ekuitas Merek. Alih Bahasa: Aris Ananda,* (2013). Jakarta: Spektrum Mitra Utama
- A.Sola Ogunsiji. (2012) . *The Impact of Celebrity Endorsement on Strategic Brand Management. International Journal of Business and Social Science.* Vol 3, Issue 6.
- Atmaja, Purwa, Prawira. (2012). *Psikologi Pendidikan Dalam Perspektif Baru.* Yogyakarta : Ar-Ruzz Media.
- Bungin, Burhan . (2006) .*Analisis Data Penelitian Kualitatif,* Jakarta : Raja Grafindo.
- Keller, Kevin L. (2013). *Strategic Brand Management ; Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Fourth Edition Harlow.* English : Pearson Education Inc.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008) . *Manajemen Pemasaran,* Jilid 1, Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Latief, Rusman (2018). *Word of Mouth Communication.* Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Machfoedz, Mahmud. (2010), “*Komunikasi Pemasaran Modern*”, Yogyakarta : Cetakan Pertama, Cakra Ilmu.
- Masyhuri dan M. Zainuddin. (2008). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi, Teori dan Aplikasi.* Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Octavianti. (2012). “*Menumbuhkan kesadaran merek produk dalam media social*”, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.2, Universitas Padjadjaran,Bandung.ISSN:2088-981X. Online Dokumen.
- Prisgunanto, Ilham. (2006). *Komunikasi Pemasaran Strategi dan Takik.* Bogor : Ghalia Indonesia.

- Kennedy, John. E; R Dermawan Soemanagara. (2006). *Marketing Communication – Taktik dan Strategi*. Jakarta : PT Buana Ilmu Populer.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Rangkuti, Freddy. (2008). *The power of Brands : Teknik Mengolah Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Royan, Frans M. (2005). “*Marketing Celebrities*”. Edisi Pertama. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Silalahi, Ulber. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: Refika Aditama.
- Sudjarmoko. B. (2013). *Peluang dan Tantangan Pasar Kopi Indonesia di Pasar Domestik dan Pasar Internasional. Media Komunikasi Tanaman Industri dan Penyegar. Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan Bogor*.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.

### **Jurnal**

- Gita, Devi. (2016). “*Pengaruh Brand ambassador Terhadap Brand Image Perusahaan Online Zalora.co.id*” Jurnal. Universitas Telkom, Bandung.
- Indra, Sandi. (2016). “*Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand ambassador Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Relic Syndicate Draft Skripsi*”. Skripsi. Universitas Pasundan, Bandung.
- Ikhsan Putra, Muhammad. (2014). “*Pengaruh Brand ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian*” Skripsi. Universitas Brawijaya, Malang.
- Septya Ningrum, Nurvita. (2016). “*Pengaruh Brand ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen MD Clinic By Lazeta*” Skripsi. Universitas Telkom, Bandung.

Sagia, Ayu. (2018) “*Pengaruh Brand ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera*”. Jurnal. Universitas Sumatra Utara.