

DAFTAR PUSTAKA

- Alecia, F. (2019). *Pengaruh Idol Kpop Seventeen sebagai Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian The Saem*. Jakarta: Universitas Bakrie.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Doucett, E. (2008). *Creating Your Library Brand: Communicating Your Relevance and Value to Your Patrons*. USA: The American Library.
- Dzilqarnain, H. (2014). *Strategi Komunikasi Pemasaran Universitas Muhammadiyah Magelang*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Hamzah, F. F. (2018). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Untuk Produk Indihome Pada PT. Telekomunikasi Indonesia TBK Kota Makassar. *Center of Economic Student Journal Volume 1. No.1 Juli 2018 Fakultas Ekonomi Universitas Muslim Indonesia*, 123-132.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Ilmi, S., Pawenang, S., & Marwati, F. S. (2020). Pengaruh Choi Siwon Sebagai Brand Ambassador, Brand Image (Citra Merek) dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Mie Korean Spicy Chicken. *Edunomika- Vol. 04, No. 01 (Februari 2020)*, 103-113.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., Keller, K. L., & sabran, B. (2009). *Manajemen Pemasaran: Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Munandar, A. S. (2001). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: UI-Press.
- Sagia, A., & Situmorang, S. H. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia Vol. 5, Nomor 2, Februari 2018*, 286-298.
- Sari, J. P. (2019). *Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador Tatjana Saphira, Dian Pelangi, dan Raline Shah terhadap Minat Beli Produk Wardah*. Jakarta: Universitas Bakrie.
- Sekaran, U. (2000). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*.
- Soebianto, A. (2014). Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Brand Equity Sepeda Motor Merek Honda. *E-Journal Graduate Unpar*, 14-37.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA, cv.
- Suharno, & Sutarso, Y. (2010). *Marketing In Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wulandari, C. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo F3 Di Samarinda. *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman (JIMM)*.

Yusiana, R., & Maulia, R. (2015). Pengaruh Gita Gutawa Sebagai Brand Ambassador Pond's dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Telkom Jurusan D3 Manajemen Pemasaran). *Ecodemica. Vol III. No.1 April 2015*, 311-316.