

Daftar Pustaka

Buku

Aaker, David A. 1991. *Managing BRAND Equity: Capitalizing on The Value of a Brand Name*. New York: The Free Press.

Durianto, dkk. 2004. *Brand Equity Ten*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Principle of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga. Setiadi, N.J. 2010. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenanda Media.

Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. *Fashion Marketing Communications Ebook*. Somerset, NJ. USA: Wiley.

Royan, Frans M. 2005. *Marketing Celebrities: Selebriti Dalam Iklan Dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Soehadi, Agus W. 2005. *Effective Branding: Konsep dan Aplikasi Pengembangan Merek Yang Sehat dan Kuat*. Bandung: *Quantum*Bisnis dan Manajemen.

Jurnal

Ligia Stephani Samosir, Yuliani Rachma Putri dan Sylvie. 2015. Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra Terhadap Putusan Pembelian Kosmetik Wardah Dikota Bandung. *Nurfebriaraning, Jurnal Sositologi* Vol. 15, No 2, Hal. 233-240.

Muhammad Ikhsan Putra, Suharyono, dan Yusri Abdillah.2015. Pengaruh Brand Ambassador dalam kaitanya dengan Brand Image dan dampaknya terhadap Keputusan Pembelian pada pengguna LINE di Asia. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 12, No. 1 Hal. 1-10.

Puspita Astria, Magdalena, dan Suharyono Mukhammad. 2015. Pengaruh brand ambassador terhadap international brand image serta dampaknya terhadap keputusan pembelian. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 23, No. 1 Hal. 1-7.

Rennyta Yusiana dan Rifaatul Maulida. 2015. Pengaruh Gita Gutawa Sebagai *Brand Ambassador* Pond's dalam mempengaruhi keputusan pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Telkom Jurusan D3 Manajemen Pemasaran). Ecodemica. Vol. III, No. 1 Hal. 311-316.

R. Yogie Prawira W, Slamet Mulyana, dan Teddy Kurnia Wirakusumah. 2012. Hubungan Karakteristik Brand Ambassador Honda Spacy Helm-In dengan Tahapan Keputusan Pembelian Konsumen. EJurnal Mahasiswa Universitas Padjadjaran Vol. 1, No. 1 Hal. 1-14.

Internet

<https://www.arah.com/article/30181/raisa-dan-isyana-sarasvati-dongkrak-penjualan-oppo-di-indonesia.html>