

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

- A. Muri Yusuf. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- A. Shimp, Terence. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Salemba Empat. Jakarta
- Ardianto, Elvinaro dkk. 2009. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, Suharsini. 2010. *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Aneka Kraya
- Assael, H. 2004. *Consumer Behaviour: A Strategic Approach*. New York: Houghton Mifflin.
- Azwar, Saifuddin. 2009. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Belch, George E., Belch, Michal, A. (2009). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective, 8 th Edition*. New York: Pearson Education
- Buchari Alma., 2016 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta
- Bungin, Burhan, Prof., Dr., 2010, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- C. Mowen, John dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga
- Cangara, H. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo

Persada

Dr. M. Anang Firmansyah, S.E., M. M. (2020). *KOMUNIKASI PEMASARAN*. CV. Penerbit Qiara Media.

Durianto, Darmadi. 2011. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.

Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (edisi 5). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gitosudarmo Indriyo. 2012. *Manajemen Pemasaran*. edisi kedua, cetakan kedua. Penerbit : BPFE – Yogyakarta. (hal:237)

Keller, K. L. (2013). *Strategic brand manajemen*, Second Edition, Prentice Hall

Kennedy, J.E., dan Soemanagara, R.D., 2009. *Marketing Communication - Taktik dan Strategi cetakan ke 3*. Jakarta: Buana Ilmu Populer

Kennedy, John. E; R Dermawan Soemanagara., 2006. *Marketing Communication – Taktik dan Strategi*. Jakarta. PT Buana Ilmu Populer (kelompok Gramedia)

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*, Jakarta: Erlangga.

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.

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

Mahestu Noviandra, 2006, Analisis Pengaruh Model Iklan Terhadap Perilaku Pembelian Remaja, Kasus Pada Bintang Akademi Fantasi Indosiar

Neuman, W. Lawrence. 2013. Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. Jakarta: PT Indeks.

Noor, Juliansyah. 2011. Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah. Jakarta: Kencana.

Rachmat, Kriyantono. , 2006. Teknik Praktis Riset Komunikasi, Kencana Prenada Media Group, Jakarta

Rakhmat, D. jalaluddin. (2005). *Psikologi Komunikasi*. Rosdakarya.

Royan, Frans M. (2005). "Marketing Celebrities". PT Elex Media Komputindo, Jakarta.

Sangadji, E. M. dan Sopiah. 2010. Metodologi Penelitian. Yogyakarta: C.V Andi.

Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behaviour* (10th ed). New Jersey, Pearson Prentice Hall.

Slameto. (2012). *Belajar Dari Faktor - Faktor Yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV

Sujarweni, Wiratna. 2015. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press

Sulaksana, Uyung. *Integrated Marketing Communication*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2003.

Jurnal :

AMILIA, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal*

Manajemen Dan Keuangan Unsam, 6(1), 660–669.

Devi Gita, R. S. (2016). PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP BRAND IMAGE PERUSAHAAN ONLINE ZALORA.CO.ID. *Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi Bisnis, Universitas Telkom*, 9(1), 442700.

Dinda Fikadiyanti, R. H. S. (2020). PENGARUH KREDIBILITAS BRAND AMBASSADOR IQBAAL RAMADHAN DAN KREDIBILITAS MEREK TERHADAP MINAT BELI APLIKASI RUANGGURU PADA PELAJAR DI JAWA BARAT. *Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Dan Bisnis, Universitas Telkom*, 22(2), 4682–4694.

Endriyasari Kurniawan, R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang “Kopi Toraja” Di Coffee Josh Situbondo Randika Fandiyanto1) , Ratih Endriyasari Kurniawan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 21–42.

Maghfiroh, A., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2016). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Binis Tahun Angkatan 2013/2014 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Pembeli Indosat Ooredoo). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 40(1), 132–140.

Mardiana, N. R. (2019). Analisa Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Emina. *ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*, 53(9), 1689–1699. www.journal.uta45jakarta.ac.id

Perdana, R. K., & Wardhani, N. I. K. (2021). Ketertarikan Konsumen Terhadap Lee Min Ho Sebagai Brand Ambassador dan Citra Merek Lazada Terhadap Keputusan Pembelian. *Manajemen*, 7(May), 56–63.

Praditha Nurul Andini, Martha Tri Lestari S.Sos., M. (2021). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI PENGGUNA APLIKASI TOKOPEDIA Praditha Nurul Andini 1 , Martha Tri Lestari S . Sos ., MM 2 Abstrak A . Pendahuluan Saat ini masyarakat sebagai konsumen di era modern ini cenderung memiliki kebias. *Prodi S1 Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi Dan Bisnis, Universitas Telkom*, 8(2), 2074–2082.

Putra, A. M. (2019). Pengaruh Dimensi Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Pengguna Bukalapak di Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2), 1–21. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6595>

Rusdi, Z., Informasi, S., Informasi, F. T., Tarumanagara, U., Letjen, J., No, S. P., & Teoritik, D. (2020). Perancangan Sistem Penjualan Furniture Pada UD

Usaha Jaya Mandiri Berbasis Website. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Sistem Informasi*, 8, 1–4.

Sumber lain :

<https://finance.detik.com/>

<https://www.tokopedia.com/about/our-story/>