

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

- Antar, Venus. 2004. Manajemen kampanye: panduan teoritis dan praktis dalam mengefektifkan kampanye komunikasi. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Ardianto, Elvinaro dkk. 2009. Komunikasi Massa; Suatu Pengantar. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Arikunto, S. 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta:Rineka Cipta.
- Ali, Sambas dan Maman Abdahman. (2007). Analisis Kelas Regesi dan Jalur dalam Penelitian. Bandung CV. Pustaka Setia.
- Augusty, Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Bajari, Atwar. 2015. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Basu Swastha dan Irawan, 2005, Asas-asas Marketing, Liberty, Yogyakarta.
- Berman, dan Evan, 2007. Manajemen Ritel. Penerbit Erlangga, Jakarta
- Belch, George E., Belch, Michal, A. (2009). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective, 8 th Edition. New York: Pearson Education
- Cangara, Hafied. 2008. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta : Rajawali Pers
- Cangara, H. (2014) Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta:PT RajaGrafindo Persada
- Effendy, O. U. (2011). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya*. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). Ilmu, teori dan filsafat komunikasi. Bandung : Citra Aditya Bakti
- Etta Mamang Sangadji, Sopiah. 2010. Metodologi Penelitian. Yogyakarta.
- Hasan, I. (2002). Metodologi penelitian dan Aplikasinya. In *Jakarta: Ghalia Indonesia*.
- Jalaludin Rahmat, 2005, Psikologi Komunikasi, Bandung; PT Remaja Rosdakarya
- Kennedy, J.E., dan Soemanagara, R.D., 2009. *Marketing Communication - Taktik dan Strategi cetakan ke 3*. Jakarta: Buana Ilmu Populer

- Kotler, Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Kotler, P., Keller, K. L., & Sabran, B. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, K.L., 2012. *Marketing Management*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia. (hal:498)
- Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. Fashion Marketing Communications Ebook. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Muri Yusuf. 2014. “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan”. Jakarta : prenadamedia group.
- M. Iqbal Hasan, 2002. Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya. Penerbit Ghalia Indonesia : Jakarta
- Royan, Frans M. (2005). “Marketing Celebrities”. Edisi Pertama. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Singarimbun, M. 2006. Metode penelitian Survei. Jakarta. LP3ES
- Sugiyono, 2013, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. (Bandung: ALFABETA)
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.

JURNAL

- Mardiani, A. S., & Wardhana, A. (2018). The Effect of Brand Ambassador towards Buyers Interest of Bandung Kunafe Cake. *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Bandung Kunafe Cake*, 5(2), 2577–2583.
- Masyita, D. A., & Yuliati, A. L. (2017). Pengaruh brand ambassador dian sastrowardoyo terhadap brand image produk makeup L’OREAL PARIS (studi pada konsumen L’OREAL kota BANDUNG). *Jurnal Riset Akuntansi Mercuru Buana*, 3(1), 41. <https://doi.org/10.26486/jramb.v3i1.408>
- Musliha, & Fatmawati, S. (2010). *Komunikasi Keperawatan Terapeutik*. Nuha Medika.

- Ratna, N. K. (2011). Penelitian Sastra: Teori, Metode, dan Teknik. In *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.
- Septya Ningrum, N. (2016). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Md Clinic By Lazeta. *Bisnis Dan Iptek*, 9(2), 141–152.
- Burhanudin, R. (2017). *PENGARUH IKLAN TRAVELOKA DI TELEVISI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi di Indonesia)*. 4(2), 1453–1459.
- Fikadiyanti, 1)Dinda, & Sudrajat, 2)Ratih Hasanah. (2020). *PENGARUH KREDIBILITAS BRAND AMBASSADOR IQBAAL RAMADHAN DAN KREDIBILITAS MEREK TERHADAP MINAT BELI APLIKASI RUANGGURU PADA PELAJAR DI JAWA BARAT*. 22(2), 4682–4694.
- Putra, Muhammad Ikhsan, Suharyono, & Yusri Abdillah. (2014). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Pengguna LINE Di Asia).

Sumber lain:

www.cnbcindonesia.com