

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Lea Greenwood (2013), Fashion Marketing Communications. Library of Congress Cataloging-in-Publication Data

Herman Malau (2017), Manajemen pemasaran : teori dan aplikasi pemasaran era tradisional sampai era modernisasi global. Bandung: Alfabet

Jurnal:

Afrilia, A. M. (2017). Penggunaan New Media Di Kalangan Ibu Muda Sebagai Media Parenting Masa Kini. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 1(1), 31–42.

Agustinus, A., & Junaidi, A. (2020). Pengaruh Sosial Media (Instagram) dalam Meningkatkan Brand Awareness Kopi Kenangan. *Prologia*, 4(2), 339.

Ahmadi, M. (2020). Dampak Perkembangan New Media pada Pola Komunikasi Masyarakat. *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 26–37.

Andriani, F. S. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembeli dan Pengguna Smartphone OPPO F Series di Wilayah Jakarta Barat)*.

Azzahra, A., & Sudrajat, R. (2021). Pengaruh Brand Ambassador NCT 127 dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature. 8(2), 228–237.

Batjo, N. (2018). Penerapan Komunikasi Pemasaran terhadap Perilaku dan Putusan Pembelian. *Dinamis : Journal of Islamic Management and Bussiness*, 1(2), 9–40.

Cahyowulan, S. (2018). PENGARUH BRAND AMBASSADOR PADA MINAT BELI PRODUK WRANGLER DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Manajemen*, 3, 1–13.

Cece, I. Sen. (2015). Pengaruh Brand Origin, Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Minat Beli Sepatu Macbeth di Sogo Galaxy Mall Surabaya. *Manajemen Kinerja*, 1(2), 101–110.

Compas. (2021). *Data Penjualan Skincare Lokal Tembus 600jt Seminggu - Kompas*. <https://compas.co.id/article/penjualan-skincare-lokal-seminggu/>

Delima, M. K., & Humaidi, M. A. (2020). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Membeli Buku Oleh Masyarakat Pada Gramedia Banjarmasin Veteran. *Jurnal Mutakallimin : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 1–6.

Dwi setya watie, E. (2021). periklanan dalam media baru. *The Messenger*, 4, 6.

Engel. (2018). Landasan Teori Keputusan Pembelian. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 1–18.

- Evi, M. (2019). *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Pada Situs Tiket.Com*. 17–25.
- Farihah, F. (2014). Pengaruh self efficacy terhadap stres mahasiswa angkatan 2010 yang menyusun skripsi Fakultas Psikologi Uin Maulana Malik Ibrahim Malang. *Pengaruh Self Efficacy Terhadap Stres Mahasiswa Angkatan 2010 Yang Menyusun Skripsi Fakultas Psikologi Uin Maulana Malik Ibrahim Malang. Undergraduate Thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.*, 55–71.
- Fauziah, A. A. (2018). *Hubungan antara budaya sekolah dengan mutu sekolah di SMA Muhammadiyah 18 Sunggal*. 2015, 1–30.
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan media sosial instagram pada pkun @yhoophii_official sebagai media komunikasi dengan pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32–41.
- Firmansyah, H. (2014). *Hubungan Kredibilitas Kepala Cabang Pt. Bank Sinarmas Terhadap Kinerja Karyawan Di Abdul Rivai Bandung*. 9–33.
- Firmansyah, L. (2022). *Berapa Pengguna Internet Indonesia per 2022? Berikut Datanya*. <https://www.fortuneidn.com/tech/luky/berapa-pengguna-internet-indonesia-per-2022-berikut-datanya>
- Fujiawati, F. S., & Raharja, R. M. (2021). Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Sebagai Media Penyajian Kreasi Seni Dalam Pembelajaran. *Jurnal Pendidikan Dan Kajian Seni*, 6(1), 32–44.
- Gain, R., Herdinata, C., & Sienatra, K. B. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(2), 142–150.
- Istiani, N., & Islamy, A. (2020). Fikih Media Sosial Di Indonesia. *Asy Syar'iyah: Jurnal Ilmu Syari'Ah Dan Perbankan Islam*, 5(2), 202–225.
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Kevin, K., & Paramita, S. (2020). Komunikasi Pemasaran Terhadap Brand Awareness Brand Rockickz. *Prologia*, 4(1), 147. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i1.6456>
- Khadafi, R. (2019). Hypothetico-Deductive Method ., *Fisip Ui*, 29–50.
- Mulyawati, H. (2018). New Media Dalam Gerakan Sosial. *Ilmu Komunikasi*, 16–18.
- Mussardo, G. (2019). Sumber Data Penelitian. *Statistical Field Theor*, 53(9), 1689–1699.
- Mutia Annur, C. (2021). Ada 91 Juta Pengguna Instagram di Indonesia, Mayoritas Usia Berapa? *Katadata.Co.Id*, November, 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-instagram-di-indonesia-mayoritas-usia-berapa>

- Mutiah, T., Mirat, Y., Fitriyanto, Surattriadi, P., Pane, I., & Raharjo, A. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Di Mahasiswa Ubsi Kelas 44.3B. *Akrab Juara*, 6(5), 148–158.
- Muttaqin, R. (2022). *Pengaruhkim Soo Hyun Sebagai Brand Ambassadors dan Brand Imaget terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare COSRX*. 7(9).
- Naingolan, Y., Zaini, M., & Althalets, F. (2018). Penggunaan Media Sosial Instagram Untuk Menunjang Peran Duta Wisata 2016-2017 Dalam Mempromosikan Pariwisata Kalimantan Timur. *E-Journal Ilmu Komunikasi*, 6(3), 136–148.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199.
- National, G., & Pillars, H. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran* (Issue July). <https://www.researchgate.net/publication/342644678>
- Novitaningsih, T., Santoso, S. I., & Setiadi, A. (2019). Analisis Profitabilitas Usahatani Padi Organik Di Paguyuban Al-Barokah Kecamatan Susukan Kabupaten Semarang. *Mediagro*, 14(01), 42–57.
- Oliver, J. (2013). Metode penelitian. *Metode Penelitian*, 1, 37–54.
- Paramita, S. (2016). Entrepreneurship Dan New Media Pada Generasi Muda. *Kaji Tindak Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, May.
- Prasetyo, P. E. (2016). Brand Ambassador Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek. *Nature Methods*, 7(6), 2016.
- Puguh Kurniawan. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh Puguh Kurniawan Universitas Trunojoyo Madura. *Kompetensi*, 11(2), 217–225.
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46.
- Putra, C. I. W., & Nursal, M. F. (2022). *Perilaku konsumen*. <https://books.google.co.id/books?id=BWF9EAAAQBAJ>
- Rahma, U. A. (2014). Pengaruh Pengamalan Ajaran Islam Terhadap Kecerdasan Emosional Siswa di SMAN 1 Trenggalek Tahun Ajaran 2013/2014. *Rineka Cipta*, 34–45.
- Rahmawaty, P. (2014). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sari Roti. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2), 82–89.
- Sugiyono. (2016). Definisi dan Operasional Variabel Penelitian. *Definisi Dan Operasional Variabel Penelitian*, 44–45.

- Susanti, I. D., Janah, Y., Putri, A., & Tenri, D. (2022). *Pengaruh Public Figure Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS Glow*. 2, 35–39.
- Syahadatina, V. D. (2018). BIAS PEREMPUAN DALAM POSTINGAN AKUN INSTAGRAM (Analisis Semiotik pada Akun Indozonelife). *Eprints Umm*, 53(9), 90.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67.
- Tjiptono. (2016). Keputusan Pembelian , Manajemen Pemasaran. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- Wicaksana, A. (2016). tayangan Musik Dangdut D'Academy terhadap pengetahuan cengkok dangdut, pencipta lagu dangdut. <https://Medium.Com/>, 24–32.
- Wisnu, W., & Hapsari, P. D. (2016). Analisis AISAS model terhadap product placement dalam film Indonesia studi kasus: Brand kuliner di film Ada Apa Dengan Cinta 2. *Jurnal Rekam*, 12(2), 69–81. <http://journal.isi.ac.id/index.php/rekam/article/viewFile/1424/294>
- Wulandari, C. (2019). Pengaruh brand ambassador terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo F3 di Samarinda. *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman*, 3(4), 1–15. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JIMM/article/view/2376/829>
- Wulandari, S. P., Hutauruk, W. R. B., & ... (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Purchase Intention Yang Dimediasi Brand Image Dan Brand Awareness. ... *Manajemen Dan ...*, 12(2), 127–137.
- Yosephine Clarisa Tasya Kusuma Putri, & Rah Utami Nugrahani. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Tagline Terhadap Respon Khalayak Pada Brand MS Glow For Men. *Medium*, 10(2), 378–392.
- Yudhistira, V., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Dengan Variabel Kepercayaan Sebagai Mediator (Studi Pada Produk Fashion Online Di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 9(2), 1237–1243.
- Zalina, D. (2018). Pengaruh Faktor Psikologi Konsumen Etnis Tionghoa Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perbankan (Studi Pt Bank Central Asia Tbk Bandar Lampung). *ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*.
- Zulkarnain. (2018). *Perusahaan biasanya menggunakan brand ambassador yang berasal dari orang-orang yang telah banyak dikenal oleh khalayak masyarakat seperti actor dan public figure.*

Sumber referensi lain:

Firmansyah, Lucky 2022 “Berapa Pengguna Internet Indonesia per 2022? Berikut Datanya” <https://www.fortuneidn.com/tech/luky/berapa-pengguna-internet-indonesia-per-2022-berikut-datanya> , diakses pada 30 Januari 2023 pukul 10.00.

Ramadhani, Farah 2021 “ Top 5 Produk Avoskin Terlaris di Shopee bulan Juli 2021” <https://compas.co.id/> . Diakses pada 30 Januari pukul 11.00.