

DAFTAR PUSTAKA

- Alliya. (n.d.). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Remaja SMA Negeri 2 Kota Tangerang pada Kedai Kopi Kenangan di Kota Tangerang*.
- Dwi Putri, A., & Wahyuni, I. I. (2022). The Influence Of Arief Muhammad As A Brand Ambassador On Instagram On Brand Loyalty Erigo Apparel In The #Backtoerigoprogram. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(5), 3098–3107.<http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Ediman, H., & Tajibu, K. (2020). Pengaruh Aktor Choi Siwon Sebagai Brand Ambassador Mie Sedap Korean Spicy Chicken Terhadap Minat Beli Mahasiswa. *Jurnal Mercusuar*, 1(2), 55–73. <http://103.55.216.56/index.php/mercusuar/article/view/18170>
- Erman Anom. (2004). *PUBLIC RELATIONS DALAM KEGIATAN MARKETING*. Ilmu Komunikasi, I.
- Gani HA. Pengaruh Brand Ambassador Dan Citra Perusahaan Terhadap Consumer Purchase Interest Pada Online Business Marketplace *J Manaj Bisnis Tri Bhakti*. 2022;1(1). <https://ejurnal.stietribhakti.ac.id/index.php/JMB/article/view/183>
- Gianty, G. (2017). Hak cipta dan penggunaan kembali : Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah , memperbaiki , dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial , selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat ya. *Journal of Experimental Psychology: General*, 136(1), 23–42. [http://kc.umn.ac.id/5548/1/BAB II.pdf](http://kc.umn.ac.id/5548/1/BAB%20II.pdf)
- Haridakis P, Humphries Z. *Uses and gratifications. An Integr Approach to Commun Theory Res Third Ed*. Published online 2019:139-153. doi:10.4324/9780203710753-13
- Hasanuddin Ali, L. P. (2017). *Millenial Nusantara Pahami Karakternya, Rebut Simpatinya* (PT GramediaPustaka Utama
- Hendayana Y, Afifah N. Pengaruh Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Belanja Online Melalui Marketplace Tokopedia. *Kinerja*. 2021;3(1):32-46.doi:10.34005/kinerja.v3i1.1285
- Jasmine, N. (n.d.). *PENGARUH KAMPANYE #TANGERANGPILAHWASTE MELALUI INSTAGRAM TERHADAP SIKAP PEDULI LINGKUNGAN (Survei pada followers akuninstagram @ewasterj)*.
- Lawu, S. H., Andriani, R., & Febriana, R. (2021). Dampak Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Kantor*, 9(2), 183–

192.

- Listya Saputri F. Pengaruh Ketersediaan Koleksi Terhadap Peningkatan Minat Baca Siswa Kelas X di Perpustakaan SMA 2 Semarang. (Doctoral Diss Ilmu Perpustakaan). Published online 2013:23- 32.
- Lokal, I. D. A. N. (n.d.). Fredo liey 212013149 kertas kerja.
- Muhamad H. Metodologi Penelitian. Published online 2019:34-44.
- Muttaba MD, Fitri AN. Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Pembentukan Citra Perusahaan.2022;xx(December). doi:10.21580/jid.vxx.x.xxxx
- Muttaba, M. D., & Fitri, A. N. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Pembentukan Citra Perusahaan. xx(December). <https://doi.org/10.21580/jid.vxx.x.xxxx>
- Nurwati, I. S. . & A. P. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Bts Terhadap Brand Image Samsung Di Kota Bandung. EProceedings of Management, 9(4), 2090–2099.
- Oktaviani, N., & Zainurossalamia, S. Z. (2021). Pengaruh Brand Ambassador “Blackpink” terhadap Purchase Intention melalui Brand Image. Inovasi, 17(3), 395–402. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/INOVASI>
- Pratiwi nuning. Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. J Ilm Din Sos. 2017;1:213-214.
- Proposal, S., & Wahyuningsih, L. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI.
- Rahmiaji, L. R., & Pradekso, T. (2021). Pengaruh Daya Tarik Brand Ambassador Dan Intensitas Komunikasi Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Bertransaksi Di Lazada. InteraksiOnline, Volume 10(1), 13–23.
- Ridwan. Metodologi Penelitian Teknik Pengumpulan Data. Rake Sar. Published online 2012:36. http://bppsdmk.kemkes.go.id/pusdiksdmk/wp-content/uploads/2017/11/Daftar-isi-Metodologi-Penelitian_k1_restu.pdf
- Rossi, V., & Ronaldo, C. (2015). (Biswas 2009). 2012, 1–45.
- Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Suharsaputra,Uhar.2012.Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Tindakan. Bandung: Reflika Aditama

Utami N, Silalahi PR, Tambunan K. Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia (Studi Kasus Remaja Kota Medan). J Ilmu Komputer, Ekon dan Manaj.2022;1(1):41-46.

Widyawati, W., Studi, P., Masyarakat, H., Komunikasi, F. I., & Unggul, U. E. S. A. (2021). ONPAYTERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT BOGOR PADA MASA PANDEMI COVID-19. Yustiani, Rini, Yunanto Rio. (2017). PERAN MARKETPLACE SEBAGAI ALTERNATIF BISNIS DI ERA TEKNOLOGI INFORMASI. 6(2).

Website :

<https://goodstats.id>

<https://www.allobank.com/>

<https://penerbitdeepublish.com/pengertian-korelasi/>

<https://www.brainacademy.id/blog/penelitian-kuantitatif>

<https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-regresi-sederhana/>

<https://www.suara.com/tag/rezarahadian>

<https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-koefisien-determinasi-dalam-regresi>

[linear/#:~:text=Uji%20koefisien%20determinasi%20\(R2,yaitu%20antara%200%20dan%201.](linear/#:~:text=Uji%20koefisien%20determinasi%20(R2,yaitu%20antara%200%20dan%201.)

http://prima.lecturer.pens.ac.id/Pasca/tabel_r.pdf