

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman. (2004). Analisis Faktor-faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung (Studi Perilaku Konsumen sarung di Jawa Timur). *Jurnal Universitas Kristen Petra Surabaya*, Vol.6(1).
- Alpaizah, I. (2020). Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, Dan Electronic Word Of Mouth (e-WOM) Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Nature Republic Aloe Vera 92% Soothing Gel : Studi Kasus Pada Mahasiswi Pada Berbagai Universitas Di Kota Bandung. *Skripsi*.
- Amri, A. (2017). Pengaruh Brand Ambassador Valentino Rossi pada Iklan Yamaha. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(4).
- Andrian, D. (2019). *Metodologi dan Aplikasi Statistik*. Yogyakarta: Parama Publishing.
- Aslinda, I. (2016). Pengaruh Brand Ambassador dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Produk Ponds di Kota Jember). *Jurnal Universitas Negeri Jember*, 26(10), 41-59.
- Ayunda Novi Arisandi, M. M. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Atta Hallilantar Dan Kualitas Produk Kopi ABC Susu Terhadap Minat Beli Kopi ABC Susu Di Semarang. *Konfrensi Ilmiah Mahasiswa UNISSULA (KIMU)*, 99-107.
- Brown Duncan & Hayes, N. (2008). *Influencer Marketing, Who really influences*. UK: Elsever Ltd.
- Darwati, A. M. (2019). Pengaruh Penggunaan Western Model Sebagai Brand Ambassador terhadap Sikap pada Iklan serta Dampaknya terhadap Minat Beli (Survei Online Minat Beli Produk Kosmetik Maybelline New York di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 69(1), 1–10.
- Duthler, D. d. (2019). *Relationship management through social media influencers: Effects of followers' awareness of paid endorsement*. Dubai,

United Arab Emirates: College of Communication and Media Sciences,
Zayed University.

Ediman, H. &. (2020). Pengaruh Aktor Choi Siwon Sebagai Brand Ambassador Mie Sedap Korean Spicy Chicken terhadap Minat Beli Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Makassar). *Jurnal Mercusuar*, 1(2).

Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

Hariyanti, T. N. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Modern (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal EKSEKUTIF*.

Hermenda A, S. U. (2019). the Effect of Social Media Influencer on Brand Image, Self-Concept, and Purchase Intention. *Journal of Consumer Sciences*, 4(2) 76-89.

Holila Hatta, R. A. (2019). Pengaruh Influencer, Membership Program, dan Instagram Ads Terhadap Minat Pembelian Ulang Customer Brand Coach. (Studi Kasus Coach, Plaza Senayan). *Jurnal Manajemen Kewirausahaan Dan Industri*, 2(2) 79-89.

Kotler Philip, d. K. (2016). *Marketing Management, Global Edition, 15 Editio*. Essex, England: Pearson Education.

Kotler, P. d. (2012). *Marketing Managemen.t Fourteenth Edition*. New Jersey: Pearson Education.

Larasari, E. L. (2018). Pengaruh Brand Ambassador dan Event Sponsorship terhadap Purchase Intention dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Produk Smartphone Vivo pada Mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa). *Sains: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(2).

- Lea-Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communications E-book*. NJ, USA: Wiley.
- Mardiani A, W. A. (2018). The Effect of Brand Ambassador towards Buyers Interest of Bandung Kunafe Cake. *e-Proceeding of Management*, 5(2) 2577-2583.
- Ningrum, N. S. (2016). Pengaruh Brand Ambassador terhadap Minat Beli Konsumen MD Clinic by Lazeta. *Majalah Bisnis Dan IPTEK*, 9(2).
- Octaviani C., K. S. (2017). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Kosmetik Pada Wanita Dewasa Awal. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 1(2),126-133.
- Priyatno, D. (2014). *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: MediaKom.
- Putra, M. I. (2014). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Pengguna Line Di Asia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol 12(1).
- Royan, F. M. (2005). *Marketing Selebritis*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Saputri, E. (2018). Pengaruh Iklan Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Smartphone Oppo Di Oppo Center Jember. *Skripsi*.
- Sasmita, Y. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Handphone OPPO(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol 2 (18).
- Sriyanto A, K. A. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli dan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 8(1) 21-34.

- Sugiharto S, R. M. (2018). Pengaruh Kredibilitas Influencer Terhadap Sikap Pada Merek (Studi pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom). *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, VIII(2) 1-9.
- Vien C.V., Y. C. (2017). The Effect of Celebrity Endorsement on Brand Attitude and Purchase Intention. *Journal of Global Business and Social Entrepreneurship*, 1(4), 141–150.
- Wardhana, A. S. (2018). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Bandung Kunafe Cake. *eProceedings of Management*, vol 5(2).
- Wibowo B, H. A. (2020). Pengaruh Kredibilitas Influencer, Nominal Harga, Dan Media Sosial Terhadap Minat Pembelian Dengan Mediasi Citra Merek Di Tokopedia. *Journal of Business and Applied Management* (, 13(1) 83-101.