

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- A.M, Morissan. (2010). Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jakarta: Penerbit Kencana.
- Arikunto, Suharsimi. (2013). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Darmawan, Deni. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kertamukti, Rama. (2015). Strategi Kreatif Dalam Periklanan: Konsep, Media, Branding, Anggaran. Jakarta: Rajawali Pers
- Kotler, Amstrong. (2001). Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 12 (Jilid 1). Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2006). Marketing Management, (Pearson Education Inc.). England Published by Pearson Education.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2009). Manajemen Pemasaran Edisi 13 (Jilid 1). Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2013). Marketing Management (Pearson Horizon Edition, 14e). England: published by Pearson Education.
- Malau, Harman. (2017). Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Modernisasi Global. Bandung: CV. Alfabeta.
- Noor, Juliansyah. (2011). Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, & Karya Ilmiah, Edisi Pertama. Jakarta: Prenada Media Group..
- Priyatno, Duwi. (2014). Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS. Yogyakarta: Gava Media.

- Riduwan, dan Kuncoro, Ahmad Engkos. (2007). Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur (PATH Analysis). Bandung: Alfabeta.
- Riduwan, dan Akdon. (2010). Rumus dan Analisis Data Statistika. Bandung: Alfabeta.
- Siregar, Syofian. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: PT Fajar Interpretama Mandiri.
- Siswanto Sutojo. (2004). Membangun Citra Perusahaan. Jakarta: Damar Mulia Pustaka
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (MIXED METHODS). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif dari R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Manajemen (cetakan kedua). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W., & Endrayanto, P. (2012). Statistika untuk Penelitian. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2016). Pengantar Akuntansi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Taniredja, Tukiran dan Hidayati Mustafidah. (2011). Penelitian Kuantitaif (Sebuah Pengantaran). Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2011). Manajemen & Strategi Merek (Seri Manajemen Merek 01). Yogyakarta: ANDI.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). Prinsip-Prinsip Pemasaran . Jakarta: Erlangga.

E Book

Arifin, Johar. (2017). *SPSS untuk Penelitian dan Skripsi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Royan, Frans M. (2005). *Marketing Selebritis, Slebritis dalam Iklan dan Strategi Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Skripsi

Muhtadin, Muhammad Sabilal. (2016). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Shampoo Pantene di Bandung*. Bandung: Universitas Telkom

Rodiyaani, Ghina. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorser Agnes Monica Terhadap Brand Image pada Produk Sampo Clear Woman*. Bandung: Universitas Telkom

Masyita, Dina Arti. (2017). *Pengaruh Brand Ambassador Dian Sastrowardoyo Terhadap Brand Image Produk Makeup L'oreal Paris (Studi pada konsumen L'oreal Kota Bandung)*. Bandung: Universitas Telkom

G, Shelma Bertari. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador BLACKPINK Terhadap Brand Image E-Commerce Shopee*. Bandung: Universitas Telkom

Jurnal

Bulan, Setia Indah Setara., & Sudrajat, Ratih Hasanah. (2019). *Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Arief Muhammad di Instagram Terhadap Brand Image Erigo Store*. Vol 5 No 2 (2019), Hlm 322-332. Diakses pada 15 April 2020 pukul 12.00 WIB. (Dikutip dari <http://ejournal.ummm.ac.id/index.php/sospol/article/view/8505>)

Gita, Devi., & Setyorini, Retno. (2016). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Perusahaan Online Zalora.co.id*. Vol. 3, No. 1: 1-7. Diakses

pada 10 Oktober 2019 pukul 23.08 WIB. (Dikutip dari <https://docplayer.info/32114302-Pengaruh-brand-ambassador.html>)

Hasanah, Ratih., & Wahid, Nabsiah Abdul. (2019). *Endorser Credibility, Attitude Towards Advertising and Consumers Purchase Intention of Beauty Soap*. Diakses pada 15 April 2020 pukul 11.00 WIB (Dikutip dari https://www.researchgate.net/publication/334905763_Endorser_Credibility_Atitude_Towards_Advertising_and_Consumers'_Purchase_Intention_of_Beauty_Soap)

K, Soniya., & R, Santosh Raja. (2018). *A Study on The Role of Brand Ambassador in Consumer Buying Behaviour of Soft Drink*. International Journal of Engineering Development and Research. Vol. 6, No. 3: 262-267. Diakses pada 15 Oktober 2019 pukul 11.45 WIB. (Dikutip dari <https://ijedr.org/papers/IJEDR1803047.pdf>)

Khan, Afsheen., & Lodhi, Samreen. (2016). *Influence of Celebrity Endorsement on Consumer Purchase Decision: (A case of Karachi)*. Imperial Journal of Interdisciplinary Research Vol. 2, No. 1: 102-111. Diakses pada 15 Oktober 2019 pukul 10.41 WIB. (Dikutip dari https://www.academia.edu/23980093/INFLUENCE_OF_CELEBRITY_ENDORSEMENT_ON_CONSUMER_PURCHASE_DECISION_A_CASE_OF_KARACHI)

Mardiani, Alifia Sarah., & Wardhana, Aditya. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Bandung Kunafe Cake*. Diakses pada 16 Oktober 2019 pukul 00.22 WIB. (Dikutip dari https://www.researchgate.net/publication/328676976_PENGARUH_BRAND_AMBASSADOR_TERHADAP_MINAT_BELI_BANDUNG_KUNAFE_CAKE)

Oladepo, Onigbinte Isaac., & Abimbola, Samuel. (2015). *The Influence of Brand Image and Promotional Mix on Consumer Buying Decision- A Study of Beverage Consumers in Lagos State, Nigeria*. British Journal of Marketing Studies. Vol. 3, No.4: 97-109. Diakses pada 15 Oktober 2019 pukul 23.02

WIB. (Dikutip dari <http://www.eajournals.org/wp-content/uploads/The-Influence-of-Brand-Image-and-Promotional-Mix-on-Consumer-Buying-Decision-A-Study-of-Beverage-Consumers-in-Lagos-State-Nigeria.pdf>)

Sadrabadi, Alireza Nazer., Mahyar Kamali Saraji dan Mohammad MonshiZadeh. (2018). *Evaluating the Role of Brand Ambassador in Social Media*. Journal of Marketing Management and Consumer Behavior. Vol. 2, No.3: 54-70. Diakses pada 15 Oktober 2019 pukul 23.20 WIB. (Dikutip dari https://www.researchgate.net/publication/329830660_Evaluating_the_Role_of_Brand_Ambassadors_in_Social_Media)

Samosir, Stephani Ligia., Yuliani Rachma Putri dan Sylvie Nurfebrianing. (2016). Pengaruh Penggunaan *Brand Ambassador* Dewi Sandra Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Bandung. Jurnal Sositologi. Vol. 15, No. 2: 233-241. Diakses pada 15 Oktober 2019 pukul 23.50 WIB. (Dikutip dari <http://journals.itb.ac.id/index.php/sostek/article/view/2106>)

Wibisono, Arya Faisal., & Martini, Erni. (2016). Pengaruh *Celebrity Endorsement* Al Ghazali pada Iklan Televisi Terhadap *Brand Image* Indomie pada Penduduk Usia Muda di Kota Bandung. eProceedings of Management. Vol. 3, No. 1: 39-46. Diakses pada 24 September 2019 pukul 15.00 WIB. (Dikutip dari <https://librarye proceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/2927>)

Utari, R., & Hurriyati, R. (2016). Pengaruh Kinerja Repositioning terhadap Brand Equity. Journal of Business Management and Entrepreneurship. Vol. 1, No. 1: 81-97. Diakses pada 10 Maret Oktober 2020 pukul 23.50 WIB. (Dikutip dari <http://ejournal.upi.edu/index.php/JBME/article/download/2280/1580>)

Internet

Yes-sejarah.blogspot.com, (2017). Sejarah dan Profil P.T Sayap Mas Utama(WINGS CORPORATION) Wings Food. Diakses dari [http://yes-](http://yes-sejarah.blogspot.com)

sejarah.blogspot.com/2017/05/sejarah-dan-profil-pt-sayap-mas-utama.html
pada 03/09/2019 pukul 19.02 WIB

Twitter.com, (2019). Mie Sedaap. Diakses dari <https://twitter.com/MieSedaapID>
pada 03/09/2019 pukul 20.39

Instantnoodles.org, (2019). Global Demand for Instant Noodles. Diakses dari
<https://instantnoodles.org/en/noodles/market.html> pada 03/09/2019 pukul
21.21 WIB

Diana Rafikasari, (2019). Choi Siwon Resmi Menjadi Brand Ambassador Mie
Sedaap. Diakses dari [https://lifestyle.sindonews.com/read/1435642/187/choi-
siwon-resmi-menjadi-brand-ambassador-mie-sedaap-1567400031](https://lifestyle.sindonews.com/read/1435642/187/choi-siwon-resmi-menjadi-brand-ambassador-mie-sedaap-1567400031) pada
10/09/2019 pukul 14.42 WIB

Marina Silalahi, (2018). Mie Sedaap Tasty, Mie Instan Premium dari Wings Food.
Diakses dari [https://mix.co.id/marcomm/news-trend/mie-sedaap-tasty-mie-
instan-premium-dari-wings-food/](https://mix.co.id/marcomm/news-trend/mie-sedaap-tasty-mie-instan-premium-dari-wings-food/) pada 10/09/2019 pukul 21.22 WIB

Instagram.com, (2019). Diakses dari <https://www.instagram.com/siwonchoi/> pada
16/09/2019 pukul 14.39 WIB

Instagram.com, (2019). Diakses dari <https://www.instagram.com/jakartakonser/>
pada 18/09/2019 WIB

Instagram.com, (2019). Diakses dari <https://www.instagram.com/miesedaapid/> pada
18/09/19 pukul 19.47 WIB

Indofood.com, (2019). Diakses dari <https://www.indofood.com> pada 22/09/2019
pukul 19.23 WIB

Supermi.co.id, (2019). Diakses dari <http://www.supermi.co.id> pada 22/09/2019
pukul 19.29 WIB

Marketeers.com, (2019). Diakses dari <https://marketeers.com/> pada 30/09/2019
pukul 20.03 WIB

Youtube.com, (2019). Mie Sedaap Korean Spicy Chicken x Siwon, Cobain Pedasnya!. Diakses dari <https://www.youtube.com/watch?v=VjwETptvzaw> pada 01/10/2019 pukul 17.43 WIB

Topbrand-award.com, (2019). Top Brand Award. Diakses dari <https://www.topbrand-award.com/en/2019/04/mie-instant-dalam-kemasan-bag/> pada 03/10/2019 pukul 13.31 WIB

Instagram.com, (2019). Diakses dari <https://www.instagram.com/jakartakonser/> pada 22/10/2019

Ama.org, (2019). Diakses dari <https://www.ama.org/resources/Pages/Dictionary.aspx?dLetter=I> pada 22/10/2019 pukul 10.24 WIB

Seleb.tempo.co, (2019). Choi Siwon ke Jakarta, Tiket Jumpa Fans Hampir Ludes. Diakses dari <https://seleb.tempo.co/read/1233015/choi-siwon-ke-jakarta-tiket-jumpa-fans-hampir-ludes> pada 27/10/2019 pukul 20.01 WIB

AyoBandung.com, (2017). Mengenal Hansamo, Komunitas Pecinta Budaya Korea Terbesar di Bandung. Diakses dari <https://www.ayobandung.com/read/2017/01/09/14924/mengenal-hansamo-komunitas-pecinta-budaya-korea-terbesar-di-bandung> pada 25/02/2020 pukul 18.30 WIB