

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, & Hartono. (2015). *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: BPFE.
- Bertari, S. (2017). Pengaruh Brand Ambassador Blackpink Terhadap Brand Image E-commerce shoppe. *Repository Telkom University*.
- Buchari Alma. (2016:205). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Cee, I. (2015). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Minat Beli Sepatu Macbeth di Sogo Galaxy Mall. *E-Journal Manajemen Kerja*.
- Cindy, N., & Ariyanti, M. (2018). Pengaruh Celebrity Endorsement, E-Wom Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Di Indonesia. *Repository Telkom University*.
- Dhestantya, D. (2015). Pengaruh Beauty Vlogger Suhay Salim terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah.
- Gita, D. (2016). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Pada Perusahaan Online Zalora.co.id. *Repository Telkom University*.
- Gita, Devi dan Retno Setyorini. 2016. *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Perusahaan Online ZALORA.CO.ID* [Skripsi]. Bandung: Universitas Telkom
- Goutam, D. (2013). Influence of Brand Ambassador on Buying behavior of soft drinks: with reference to Belgaum City.
- Hair, J., J.F, G.T.M, Hult., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.
- Hursepuny, C. V. (2018). - Pengaruh Brand Ambassador 'Dewi Sandra' Terhadap Keputusan Pembelian Wardah Kosmetik. *Repository Telkom University*.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Kertamukti. (2015). *Strategi Dalam Periklanan*.
- Kotler & Amstrong. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth Edition*, England : Pearson Education, Inc.

- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism. 4th Edition*. New Jersey: Pearson.
- Kurniawan, Fransisca Juanda dan Yohanes Sondang Kunto. 2014. *Analisis Pengaruh Visibility, Credibility, Attraction, dan Power Celebrity Endorser Terhadap Brand Image Bedak Venus*. 1, 1-8.
- Lea-Greenwood, Gaynor. (2012). *Fashion Marketing Communications E-book*.  
Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Masyita, D. A., & Yuliati, A. L. (2017). Pengaruh Brand Ambassador Dian Sastrowardoyo Terhadap Brand Image Makeup L'oreal di Kota Bandung. *Repository Telkom University*.
- McLeod, dalam Maulana, Susilo, Riyadi *et al* (2015). *Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online ( Studi kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang )*, 29, 01
- Mudzakir, F. (2018). The Influence Of Brand Ambassador Usage Tow Bran Image Of OPPO.
- Pamudyaning, S., & Mudiantono, R. (t.thn.). Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian .
- Prasanti, N. L., Toni, R., & Kirbrandoko, B. (2015). The Brand Ambassador Effectiveness on Brand Image And Purchasing Decision For Oppo Series Smartphone.
- Prasetyo, P. E. (2016). Brand Ambassador dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek. *Repository Telkom University*.
- Puspita, Magdalena, T., Suharyono, & Mukhammad. (2015). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Internasional Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada pengguna smartphone Samsung).
- Putra, M. I., Suharyono, & Abdillah, Y. (2014). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada pengguna LINE di Asia).
- Ramayah. (2018). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) using SmartPLS 3.0*. Malaysia: Pearson.
- Ramayah, Cheah, J., Chuah, F., Ting, H., Memon, & Ali, M. (2018). *Partial Least Squares Stuctural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Kuala Lumpur: Pearson.
- Rangkuti. (2014:9). Membidik Pasar Indonesia : *Segmenting, Targeting*, dan

*Positioning*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Raswen, R. N. (2019). Pengaruh Brand Ambassador BLACKPINK Terhadap Citra Perusahaan Shopee Pada Mahasiswi Di UIN Suska Riau.

Rizki, S. P., & Mudiantono. (2017). Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian.

Samosir, P. N. (2015). Pengaruh Zaskia Adya Mecca Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Beli Konsumen Butik Meccanism Yogyakarta. *Repository Telkom University*.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen. Cetakan Ketiga*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumarwan. (2015). *Perilaku konsumen: Teori dan Penerapannya*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Valencia, H. (2018). Pengaruh Brand Ambassador 'Dewi Sandra' Terhadap Keputusan Pembelian Wardah Kosmetik.

Wang, F., & Hariandja, E. S. (2016). The Influence Of Brand Ambassador And Consumer Purchasing Decision A Case Of Tous Les Jours In Indonesia.

Widjaja, A. A. (2015). The Impact of L'oreal Paris Fall Repair's Celebrity Endorsement Towards Consumer Purchase Intention with Brand Images As Mediating Variable. *iBuss Management*.

[www.berinovasi.com](http://www.berinovasi.com) diakses pada 20 Oktober 2019 [Teknologi.bisnis.com](http://Teknologi.bisnis.com)

<https://iprice.co.id> <https://kompasiana.com>

<https://Mojok.co> diakses pada 09 Juli 2020