

DAFTAR PUSTAKA

SUMBER BUKU, JURNAL, SKRIPSI

Abdurrahman, N.H., 2015. Manajemen Strategi Pemasaran, Bandung: CV. Pustaka Setia.

Agus Hermawan. 2012. Komunikasi Pemasaran. Jakarta. Erlangga
Alfabeta

Alma,B. (2007). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa (Revisi0. Bandung:

Arikunto, S. (2002) Metodologi Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta.

Belch, George E. & Michael A. Belch. (2012) Advertising and Promotion: An Integrated
Marketing Communication Perspective. Global Edition. New York: McGraw-Hill.

Belch, George E., Belch, Michal, A. (2009). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing
Communication Perspective, 8 th Edition. New York: Pearson Education.

Celebrity, P., Dan, E., Iklan, P., Keputusan, T., Cream, I. C. E., Cornetto, W., Chocolate, D., &
Kota, D. I. (2017). *Jurnal Visionida, Volume 3 Nomor 2, Desember 2017. 3, 44–54.*

Darmawan, D. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif (Cetakan ke). Bandung: PT remaja
Rosdakarya

Donni Juni Priansa. 2017. Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial. Bandung: CV
Pustaka Setia.

Effendy, Onong Uchjana. 2003. Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: Citra Aditya
Bakti.

Indrawati. (2015).Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi
Komunikasi dan Informasi, Bandung : Aditama.

Irfani, A. (2018). Pengaruh Iklan TV Tokopedia Versi "Kejar Jodoh Dimulai Dari Tokopedia"
Terhadap Respon Khalayak (Telkom). Retrieved from
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/> %0D%0A

Kertamukti, Rama. 2015. Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding
dan Anggaran. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Kertamukti, Rama. 2015. Strategi Kreatif Dalam Periklanan Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Amstrong. 2001. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi duabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2011. Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2010. Manajemen Pemasaran. Jilid 1, Edisi Ketiga belas. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran Jilid 2, Edisi Ketiga Belas, terjemahan Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 2010. Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.
- Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. Fashion Marketing Communications E-book. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. Fashion Marketing Communications Ebook. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Marcellino, Z., & Rachmawati, I. (n.d.). *Hubungan Fiersa Besari sebagai Brand Ambassador Eiger Adventure dengan Minat Beli Komunitas Pendaki Gunung Bandung The Relationship Between Fiersa Besari as Brand Ambassador Eiger Adventure with Buying Intention of Mountain Climbers Community in Bandung* m. 173–179.
- Mardiani, A. S., & Wardhana, A. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Bandung Kunafe Cake the Effect of Brand Ambassador Towards Buyers Interest of Bandung Kunafe Cake*. 5(2), 2577–2583.
- Muktamar, Muhamad Kamal (2014). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Wimcycle Agent Series. Skripsi Universitas Telkom
- Nuraini, P. (2015). Pengaruh Kredibilitas *Brand Ambassador* Band Noah Dalam Iklan Vaseline Men Terhadap Keputusan Membeli Produk. *Universitas Sultan Ageng Tirtayasa*.
- Pengaruh, A., Ambassador, B., Produk, K., Dan, H., & Tarik, D. (2016). (*Studi Kasus Pada Konsumen Face Care Garnier Di Kota Semarang*).
- Prabowo, Y. (2014). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT BELI (Survei pada Pengunjung 3Second Store di Jalan Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 14(2), 84414.

- Priansa, D. . (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu : Pada Era Media Sosial*. Bandung: Pustaka Setia.
- Priyatno, D. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Rakhma, T., & Setiowati, E. (2013). Respon Khalayak Terhadap Perubahan Format Acara Program “Suara Anda” Di Metro TV. *Jurnal Binus University*, 1(1). Retrieved from <http://thesis.binus.ac.id>
- Rakhmat, Jalaluddin. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.i Offset.
- Rehman, F., Nawaq, T., Khan, A., Hyder, S. (2014). How Advertising Affect The Buying Behavior of Consumer in Rural Areas: A Case of Pakistan, *Academic Research International*, 5(4)
- Rianti, S. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Di Instagram Terhadap Respon Konsumen. *Jurnal Telkom University*. Retrieved from <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/>
- Rima Nabila Raswen. (2018). Pengaruh *Brand Ambassador* BlackPink terhadap Citra Perusahaan Shopee pada Mahasiwa Di UIN Suska Riau. *Jom Fisip*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Royan, Frans M. (2004). “Marketing Celebrities”. PT Elex Media Komputindo, Jakarta
- Royan, Frans M. 2005. *Marketing Celebrities: Selebriti dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sarah M., Alifia dan Wardhana, A. (2018). Pengaruh *Brand Ambassador* terhadap Minat Beli Konsumen Bandung Kunafe Cake. <Http://Www.Researchgate.Net/Publication/328676976>, 5(December), 1.
- Schiffman dan Kanuk, Amelia. 2004. “Analisa Marketing Mix, Lingkungan Sosial, Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita”. *Juurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol. 1, No. 2.
- Sedarmayanti dan Hidayat, Syarifudin. (2011). *Metodologi Penelitian*. Bandung : Mandar Maju
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Method)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran (3rd ed.)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Usman, O., & Aryani, Y. (2020). The Effect of *Brand Ambassador*, Brand Image, Product Quality, and Price on Purchase Intention. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3511672>
- Wang, F., & Hariandja, E. S. (2016). THE INFLUENCE OF *BRAND AMBASSADOR* ON BRAND IMAGE AND CONSUMER PURCHASING DECISION : A CASE OF TOUS LES JOURS IN THE INFLUENCE OF *BRAND AMBASSADOR* ON BRAND IMAGE AND CONSUMER PURCHASING DECISION : local or international brands in the market market in Indon. *International Conference Od Enterpreneurship, March*, 292–306.

Website

Agus Hermawan. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta. Erlangga

<http://www.wowrez.com/tugas-dan-syarat-utama-brand-ambassador/> (Diakses pada 17 Maret 2020 pukul 14.17 WIB)

<https://highlight.id/peran-fungsi-manfaat-tujuan-kegunaan-brand-ambassador-duta-merek-perusahaan/#:~:text=Pertama%2C%20kehadiran%20brand%20ambassador%20tersebut,awareness%20produk%20atau%20merek%20tertentu.> (Diakses pada 13 Maret 2020 pukul 20.15 WIB)

<https://lifestyle.bisnis.com/read/20160910/104/582982/tampil-stylish-dengan-jersey-nba> (Diakses pada 2 April 2020 pukul 14.45 WIB)

<https://sarjanaekonomi.co.id/brand-ambassador/> (Diakses pada 13 Maret 2020 pukul 21.00 WIB)

<https://www.jojonomic.com/blog/brand-ambassador/> (Diakses pada 20 Maret 2020 pukul 15.15 WIB)

<https://www.jurnal.id/id/blog/integrated-marketing-communication/> (Diakses pada 4 Mei 2020 pukul 18.30 WIB)

<https://www.pelajaran.co.id/2019/29/pengertian-brand-ambassador-karakteristik-tugas-dan-manfaat-brand-ambassador-duta-merek-menurut-para-ahli.html> (Diakses pada 18 Maret 2020 pukul 15.05 WIB)

https://www.researchgate.net/publication/336209422_Strategi_Manajemen_Brand_Ambassador_Artis_pada_Industri_Kuliner_di_Purwokerto (Diakses pada 12 Mei 2020 pukul 20.15 WIB)