

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Darmawan, Darmawan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Groza, Mark D dan Charles. B. Ragland (2014). *Marketing Challenges in a Turbulent Business Environment*. Springer.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Dalam Periklanan*. PT. Raka Grafindo Persada.
- King, Karren W dan and Russel, J. T. (2009). *Kleppner's Advertising Procedure*. PT. Indeks.
- Kotler, Philip. dan Gary Amstrong. (2006). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi ke-1). Erlangga.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*. Alfabeta.
- Lea-Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communications*. Wiley.
- Lee, Monle & Carla Johnson. (2007). *Prinsip-Prinsip Periklanan Dalam Perspektif Global: Diterjemahkan oleh Haris Munandar dan Dudi Priatna*. Kencana Prenada Media.
- Morissan, A. . (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Penerbit Kencana.
- Neolaka, A. (2014). *Metode Penelitian dan Statistik*. Rosda Karya.
- Nugroho, A. S. (2006). *E-commerce Teori dan Implementasi*. Ekuilibra.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Digital*. Pustaka Setia Bandung.
- Priyatno, D. (2008). *Mandiri Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*. MediaKom.
- Royan, F. (2005). *Marketing Celebrities* (Edisi Pert). PT. Elex Media Komputindo.

- Sangadji, E. M. dan S. (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Penerbit Salemba.
- Santoso, S. (2014). *Statistik Parametrik: Konsep dan Aplikasi (Edisi Revi)*. Elex Media Komputindo.
- Sarwono, Jonathan dan Herliana Budiono. (2012). *Statistik Terapan Aplikasi untuk Penelitian Skripsi, Tesis dan Disertasi (Menggunakan SPSS, AMOS, dan Excel)*. PT. Elex Media Komputindo.
- Sekaran, Umar. (2006). *Research Methods of Business*. In *Jilid 1. Edisi 4. Salemba Empat, Jakarta*.
- Shimp, Terence. (2003). *Periklanan dan Promosi Jilid 1*. Erlangga, Jakarta.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. Rajawali Pers.
- Sujarweni Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press
- Sunyoto, D. (2016). *Statistika Deskriptif dan Probabilitas*. CAPS.
- Supardi. (2013). *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian (Edisi Revisi)*. PT. Prima Ufuk Semesta.
- Usman, H. dan Purnomo Setiadi Akbar. (2017). *Metodologi Penelitian Sosial (Edisi Ketiga)*. Bumi Aksara.

### **Skripsi:**

- Kevin, Dionisius. (2019). *Pengaruh Terpaan Media Online Terhadap Brand Image Kini Capsule pada Konsumen Kini Capsule*.

Sumber: <http://repository.untar.ac.id/12065/>

- Raynaldo, Jason. (2019). *Pengaruh Kegiatan Sponsorship terhadap Brand Image pada PT. Pikiran Rakyat Bandung Tahun 2018*. Sumber: <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/145268/pengaruh-kegiatan->

[sponsorship-terhadap-brand-image-pada-pt-pikiran-rakyat-bandung-tahun-2018.html](#)

Siregar, Putri Natin. (2016). *Pengaruh Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Men's Biore Di Bandung Utara)*. Sumber: <http://repository.unisba.ac.id/handle/123456789/12949>

Tanoni, Kevin Satrio. (2017). *Pengaruh Experiential Marketing terhadap Brand Image Coca Cola*. Sumber: <http://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/5823/Cover - Bab1 - 1213198sc-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

#### **Jurnal Nasional:**

Budiman, Vionita. Riris Loisa, dan Nigar Pandrianto. (2018). *Peran Brand Ambassador Pada Iklan Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Iklan Youtube LG G7 ThinQ BTS)*. Vol 2, No. Sumber: <https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/3743>

Ningrum, Nurvita Septya. (2016). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen MD Clinic By Lazeta*. Vol 6, No, 141–152. Sumber: <http://jurnal.stiepas.ac.id/index.php/bistek/article/view/163/233>

Oktaviany, Melinda. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador Citra Kirana terhadap Kepercayaan Konsumen pada Informasi Hoax Produk Kiranti Di Media Sosial*. Vol 3, No. Sumber: <http://komunikasi.fisip.unila.ac.id/jurnal/index.php/metakom/article/view/47/>

Samosir, Ligia Stephani. (2016). *Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador “Dewi Sandra” Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kosmetik Wardah Di Kota Bandung*. Vol 15, No. Sumber: <http://journals.itb.ac.id/index.php/sostek/article/view/2106>

Wijaya, Bambang Sukma. (2013). *Dimensions of Brand Image: A Conceptual Review from the Perspective of Brand Communication*. *European Journal of Business and*

*Management, Vol 5, No. Sumber: [http://repository.bakrie.ac.id/153/1/KOM-Artikel-007 Dimensions of Brand Image A Conceptual Review.pdf](http://repository.bakrie.ac.id/153/1/KOM-Artikel-007_Dimensions_of_Brand_Image_A_Conceptual_Review.pdf)*

**Jurnal Internasional:**

Antony, Alagra. (2019). *A Study on Influence of Brand Ambassador on a Product. Vol 7(1).*  
Sumber: <https://ijellh.com/OJS/index.php/OJS/article/view/6619/5552>

Goutam, D. (2013). *Influence of Brand Ambassadors on Buying Behavior of Soft Drinks: with Reference to Belgaum City. Vol 1(4).* Sumber: <http://docplayer.net/21119377-Influence-of-brand-ambassadors-on-buying-behavior-of-soft-drinks-with-reference-to-belgaum-city.html>

Sidarath, Bath dan Naik Yuvraj. (2016). *Impact of Brand Ambassador on consumer shopping behaviour on online portals. Vol 5.* Sumber: <https://pdfs.semanticscholar.org/87e3/27c51494b66e8be9264c089b8e6e9c9c5af5.pdf>

Wairim, Beatrice Leah. Wanyoike D.M, dan Juma Wagoki. (2019). *Influence of Brand Ambassadorship on Positioning of Kenya as an Investment and Tourism Destination. Vol 3(6), 7–16.* Sumber: <https://www.ajhssr.com/wp-content/uploads/2019/06/B19360716.pdf>