

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, A. M., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen, Vol.17, No.2*.
- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital. *Jurnal Komunikasi Vol. 12, No. 2*.
- Ayu, S., & Lahmi, A. (2020). Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis, Vol.9, No.2*.
- Az-Zahra, A. F., & Sudrajat, R. H. (2019). Pengaruh *Brand Ambassador* NCT 127 dan Daya Tarik Iklan Terhadap Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic. *Manajemen Bisnis*.
- Cenderamata, R. C., & Darmayanti, N. (2019). Analisis Wacana Kritis Fairclough Pada Pemberitaan Selebriti di Media Daring . *Jurnal Literasi, Vol.3, No.1*.
- Difiona, D., & Rachmawati, I. (2021). Analisis Pengaruh *Brand Ambassador* Raffi Ahmad Terhadap Brand Image dan Keputusan Pembelian Tiket.Com di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*.
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). Ditrminasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli : *Brand Ambassador* dan Brand Image(Literatur Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*.
- Hanifah, N., & Rahad, D. R. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol 8, No.2*.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur. *Jurnal Eksekutif Vol.15*.
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspandari Asri Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi, Vol.8, No.1*.
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspandari Asri Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi, Vol.8, No.1*.
- Ilmi, S., Pawenang, S., & Marwati, F. S. (2020). Pengaruh Choi Siwon Sebagai *Brand Ambassador*, Brand Image (Citra Merek) dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Mie Korean Spicy Chicken. *Jurnal Edunomika, Vol.4, No.1*.

- Keller, K. (2018). *Marketing Management*. British: Kendallville in the United States of America.
- Kok, W., Ariesa, Y., Kelvin, Pratama, V., Kosasih, S., & Alianza, V. F. (2021). The Role of *Brand Ambassador*, Event Marketing and Digital, Marketing on Purchas Decisions User Shopee. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*.
- Kusniadji, S. (2017). Kontribusi Penggunaan Personal Selling Dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran Pada Era Pemasaran Masa Kini. *Jurnal Komunikasi, Vol.9, No.2*.
- Lailiya, N. (2020). Pengaruh *Brand Ambassador* dan kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol.2, No.2*.
- Lingga, N. E., & Putri, B. S. (2021). Pengaruh *Brand Ambassador* Jerome Polin Terhadap Brand Image Zenius Education. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship Vol. 11, No.1*.
- Lista, S. O., & Jamiat, N. (2020). Pengaruh *Brand Ambassador* Agnez Mo Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Lazada di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Mahisa, R. K., Sulhaini, & Darwini, S. (2019). Analisis Pengaruh Tagline dan *Brand Ambassador* Terhadap Brand Awareness Telepon Seluler Merek Oppo (Studi Pada Pekerja Kantoran di Kota Mataram). *JRM, Vol.19, No.2*.
- Malcolm, B. (2016). *Marketing Management Edisi-3*. Sydney: Pearson Education Limited.
- Mardiani, I. S., & Wardhana, A. (2018). Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli . *JUrnal Manajemen Bisnis*.
- Martiyanti, D. (2015). Perbedaan Gender Mengenai Perceived Risk Pada Pembelian Online . *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Ekonomi*.
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram. *Jurnal Komunikologi, Vol.4, No.1*.
- Nabilah , F. (2020). The Effect of Advertising Attraction and Brand Embassy on Shopee Purchase Decisions. *International Journal of Management and Humanities (IJMH)*.
- Nurunnisha, G. A., Roespinoedji, R., & Roespinoedji, D. (2021). Female Students Perceptions on The Effect of Country of Origin, *Brand Ambassador* on Purchase Intantion: A Study on The Geographical Origin of Tokopedia E-Commerce Company, Indonesia. *Review of International Geographical Education (RIGE)*.
- Oktaviani, N., & Zainurossalamia ZA, S. (2021). Pengaruh *brand ambassador* “blackpink” terhadap purchase intention melalui brand image. *INOVASI*.

- Osak, D. J., & Pasharibu, Y. (2020). Pengaruh *Brand Ambassador* dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Mediasi Brand Awareness. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol.9, No.4*.
- Prabandini, R. T., & Rachmawati, I. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Informasi Terhadap Minat beli dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Socciola. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*.
- Priatna, R. R., & Indrawati. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli dan Brand Loyalty Pada R Plus Basic. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*.
- Purwianti, L., & Ricarto, T. (2018). Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Purchase Intention Pada Penggunaan Smart Phone di Batam. *8 Jurnal Manajemen Maranatha Vol18 No 1*.
- Putra, J. S., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Pengaruh *Brand Ambassador* Andre Taulany Terhadap Minat Beli Konsumen "Ini Keripik". *Riset Manajemen*.
- Putri Noviyanti, K. A., Putri, Y. R., & Sugandi, M. S. (2017). Strategi Branding Melalui Penggunaan *Brand Ambassador* di PT KAI Headquarters Bandung. *Jurnal Manajemen* .
- Rahmawan, G., & Suwitho, S. (2020). The Influence of Brand Image, Brand Awareness, Perceived Quality on School Shoes Purchase Intention. *International Conference on Business & Social Sciences (ICOBUSS)*.
- Rosyadi, A. (2021). Peran *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli Melalui Brand Awareness. *Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol.18, No.2*.
- Siregar, R. H., & Sharif, O. O. (2022). Pengaruh Kredibilitas *Brand Ambassador* Stray Kids Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*.
- Sterie, W. G., Massie, J. D., & Soepono, D. (2019). Pengaruh *Brand Ambassador* dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk P.T Telesindo SHop Sebagai Distributor Utama Telkomsel di Manado. *Jurnal EMBA, Vol.7, No.4*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Ulus, A. A. (2018). Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Pada PT. Astra Internasional Manado. *Jurnal EMBA, Vol.1, No.4*.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Jurnal Sekretari dan Manajemen, Vol.2, No.2*.
- Utami, S. P., Setyowati, N., & Mandasari, P. (2020). Celebrity Brand Ambassador and E- WOM as Determinants of Purchase Intention: A Survey of Indonesia Celebrity Cake. *E3S Web of Conferences* .

Widyastuti, s. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta Selatan: FEB-UP Press.

Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Lombok Tengah Nusa Tenggara Barat: Forum Pemuda Aswaja.