

DAFTAR PUSTAKA

BOOK:

- Dr. Ulber Silalahi, M. (2019). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Firmansyah, Dr. M Anang. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Pasuruan: Qiara Media.
- Kertamukti, R. (2019). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan: Konsep, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, L. P., & Keller, K. (2009). *Alih Bahasa: Menyamin Molan. Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Nazir, M. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Riduwan, & Akdon. (2006). *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terbaru Edisi ke-5 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

SKRIPSI:

- Adawiyah, K. R. (2018). Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap *Brand Image* Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada Konsumen Produk Nature Republic Aloe Vera 92% Shooting Gel di Kota Malang. (Skripsi Universitas Brawijaya Malang 2018) Diakses dari <http://repository.ub.ac.id/165431/1/Karina%20Robiatul%20Adawiyah.pdf>
- Lingga, N. E. (2021). Pengaruh *Brand Ambassador* Jerome Polin Terhadap *Brand Image Zenius Education*. (Skripsi Telkom University Bandung 2021) Diakses dari <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/175772/slug/pengaruh-brand-ambassador-jerome-polin-terhadap-brand-image-zenius-education.html>

- Listiawati, E. (2019). Pengaruh *Brand Ambassador* dan Kualitas Produk Terhadap *Brand Image* Pada Jilbab Zoya Broni Kota Jambi. (Skripsi Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi 2019) Diakses dari http://repository.uinjambi.ac.id/1295/1/ETI%20LISTIAWATI_EES150646_EKONOMI%20SYARIAH%20-%20Eti%20Listiawati.pdf
- Ruhina, A. (2021). Pengaruh *Brand Ambassador* Daniel Wenas Terhadap *Brand Image* Di Kalangan Followers Hoops Indonesia. (Skripsi Telkom University Bandung 2021) Diakses dari <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/171703/slug/pengaruh-brand-ambassador-daniel-wenas-terhadap-brand-image-di-kalangan-followers-hoops-indonesia.html>
- Wafiy, H. A. (2020). Pengaruh *Brand Ambassador* Lucas WayV Terhadap *Brand Image* NeoCoffee. (Skripsi Telkom University Bandung 2020) Diakses dari <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/163074/slug/pengaruh-brand-ambassador-lucas-wayv-terhadap-brand-image-neocoffee.html>

JURNAL:

- Azzahra, F. P., Barkah, C. S., Chan, A., & Tresna, P. W. (2021). Doctor Reisa's *role as A Brand Ambassador for Dettol* (Skripsi Universitas Padjajaran Sumedang 2021) Diakses dari [Scholar.google.com](https://scholar.google.com)
- Bilgin, Y. (2018). *The Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image And Brand Loyalty* (Skripsi Dr. Bartin Universitas 2018) Diakses dari [Scholar.google.com](https://scholar.google.com)
- Bulan, S. I. S., & Sudrajat, R. H. (2019). Pengaruh Pengguna *Celebrity Endorser* Arief Muhammad di Instagram Terhadap *Brand Image* Erigo Store (Skripsi Universitas Telkom University Bandung 2019) Diakses dari [Scholar.google.com](https://scholar.google.com)
- Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. (2019). Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear (Skripsi Universitas Sam Ratulangi Manado 2019) Diakses dari [Scholar.google.com](https://scholar.google.com)
- Kuncoro, W., & Windyasari, H. Z. (2021). *Consumer Purchasing Decision Improvement Model through Brand Image, Religiosity, Brand Ambassador and*

Brand Awareness (Skripsi Universitas Islam Sultan Agung Semarang 2021)
Diakses dari Scholar.google.com

Putra, J. S., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Pengaruh *brand ambassador* Andre Taulany Terhadap Minat Beli Konsumen “Ini Keripik” (Skripsi Universitas Islam Malang 2019) Diakses dari Scholar.google.com

Putri, Y. I., Pradana, M., & Utami, F. N. (2021). *The Influence of Brand Ambassador on E-Commerce Purchase Intention* (Skripsi Telkom University 2021) Diakses dari Scholar.google.com

Santoso, D. A., Erdiansyah, R., & Pribadi, M. A. (2018). Pengaruh *Brand Awareness* dan *Brand Image* terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Innisfree (Skripsi Universitas Tarumanegara Jakarta 2018) Diakses dari Scholar.google.com

Siskhawati, L., & Maulana, H. A. (2021). *The Influence Of Brand Ambassador And Korean Wave On Purchase Decision For Neo Coffee Products* (Skripsi Universitas Pekalongan 2021) Diakses dari Scholar.google.com

Yoel, D. A., Massie, J. D.D, & Tieuleng, M. V. J. (2021). Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli Konsumen Di Era New Normal Pandemi Covid-19 Pada Baskin-Robbins Manado Town Square (Skripsi Universitas Sam Ratulangi Manado 2021) Diakses dari Scholar.google.com

WEBSITE:

Achmad, 2. M. (2020). Jadi *Brand Ambassador* Ternyata Nggak Gampang, Tanya Aja Isyana Sarasvati. 310.

Ambroise, L. e. (2021). *From Endorsement To Celebrity Co-Branding: Personality Transfer* . 45.

jpnn.com. (2020, Juli 28). Keluarga The Baldys Jadi *Brand Ambassador* Lemonilo. <https://www.jpnn.com/news/keluarga-the-baldys-jadi-brand-ambassador-lemonilo>, p. 1.

K, P., & Keller, K. L. (2019). Manajemen Pemasaran. 327.

- Lemonilo.com. (2019, Maret 15). Wujudkan Indonesia Hebat, Lemonilo Hadirkan Lemonilo Mie Kuah Instan Tanpa 3P. <https://www.lemonilo.com/blog/wujudkan-indonesia-lebih-sehat-lemonilo-hadirkan-lemonilo-mie-kuah-instan-alami>, p. 1.
- Lemonilo.com. (2021, Desember 27). <https://www.lemonilo.com/>. <https://www.lemonilo.com/>, p. 1.
- Mediastartupindonesia. (2020, Oktober 6). Lemonilo Startup Makanan Sehat, Mendukung *Healthy Lifestyle* Dengan Produk Alami dan Terjangkau. <https://www.mediastartup.id/2020/10/06/lemonilo-startup-makanan-sehat-mendukung-healthy-lifestyle-dengan-produk-alami-dan-terjangkau/>, p. 1.
- Millah, S. (2019, Agustus 29). Bisnis Makanan Sehat Kian Ramai, SaladStop! Proses 80.000 Transaksi per Bulan. p. 1.
- Swastha, B. (2021). Manajemen Pemasaran Modern. 92.
- Tjiptono, 2. (2021). Strategi Pemasaran . 138.
- Wang, & Hariandja. (2021). *The Influence Of Brand Ambassador On Brand Image And Consumer Purchasing Decision : A Case Of Tous Les Jours In Indonesia*. 2.