

DAFTAR PUSTAKA

- A, A., Baumassape, A., & Azzahra, W. F. (2019). Social Media Influencers VS Brand Ambassador For Brand Image.
- Abdillah, W., & Jogiyanto, H. (t.thn.). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Model (SEM) Dalam Penelitian Bisnis In Book Vol. 1.*
- Alinda, D. N. (2021). Pengaruh Sponsorship dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening .
- Anggi, V. F. (2017). Analisis Pengaruh Iklan dan Selebriti Endorser Pada AdaAQUA Terhadap Minat Beli AMDK Merek AQUA Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening.
- Assauri. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT.Raja Grafindo Pustaka.
- Berelson, & Steiner. (2018). *Psikologi Komunikasi, Pembelajaran Konsep dan Terapan*. Yogyakarta: Phoenix Publisher.
- Bilgin. (2018). The effect of social media marketing activities on brand awareness, brand image, and brand loyalty.
- Duryadi. (2021). *Metode Penelitian Ilmiah*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Felicia Wang, E. S. (2016). The Influence Of Brand Ambassador On Brand Image And Consumer Purchasing Decision : A Case Of Tous Les Jours In Indonesia.
- Firmansyah. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek Planning dan Strategy*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran melalui Desain Visual*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Greenwood. (2012). *Fashion Marketing Communications*. New Jersey: John Wiley & Sons.

- Harahap, L. K. (2020). *Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square)*. Semarang: Fakultas Sains dan Teknologi UIN Walisongo Semarang.
- Hartono, J. (2019). The Impact Of Advertising Toward Brand Image and Purchase Intention : The Case Study Of Mataharimall.com.
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspandari Asri Tanjungpinang. 60.
- Husein, A. (2017). Analisis Pengaruh Iklan dan Celebrity Endorser Terhadap Citra Merek Dalam Meningkatkan Minat Beli Shampoo Pantene Pada Masyarakat Kota Pekanbaru.
- Kertamukti. (2019). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Gary Armstrong. (2014). *Principles of Marketing*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Gary Armstrong. (2016). *Principles of Marketing* . England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management Global edition*. England: Pearson Education Limited.
- Laksana. (2019). *Manajemen Pemasaran, Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lingga, N. E. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Jerome Polin Terhadap Brand Image Zenius Education.
- Mardiana, M. (2022). *Click Gandeng NCT 127 Jadi Brand Ambassador K-Oral Care*. Diambil kembali dari <https://www.liputan6.com/showbiz/read/5006265/nct-127-resmi-jadi-brand-ambasador-click-natural-whitening>
- Masyita, D. A. (2017). Pengaruh Brand Ambassador Dian Sastrowardoyo Terhadap Brand Image Produk Makeup L'oreal Paris.

- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Masa (Edisi Pertama)*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Mudzakir, F. (2020). The Influence Of Brand Ambassador Usage Towards Brand Image Of OPPO.
- Muhtadin, M. S. (2018). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Shampoo Pantene Di Bandung.
- Nickels, W. G. (2018). *Marketing Communication and Promotion*.
- Nurhasanah, S. (2021). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Ventela. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 21-22.
- Pamungkas. (2018). *Integrated Marketing Communications 4.0*. Bandung: Penerbit Megatama.
- Pamungkas. (2019). *Brand to Brain (2nd ed)*. Bandung: Penerbit Megatama.
- Pramesthi, D. A. (2019). How Do Effective Digital Marketing and Brand Ambassador Stimulate Purchase Intention Today.
- Prasetyo. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru*. Malang: UB Press.
- Priansa. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Priansa. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Promosi Kesehatan. (2021). Menjaga Kesehatan Gigi dan Mulut Sejak Dini. Diambil kembali dari <https://dinkes.surakarta.go.id/menjaga-kesehatan-gigi-dan-mulut-sejak-dini/>
- Putra, A. M. (2020). Pengaruh Dimensi Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Pengguna Bukalapak di Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Brawijaya*.
- Putri, N. R. (2022). Pengaruh Penggunaan New Brand Ambassador Nathalie Holscher Terhadap Brand Image Produk MS Glow di Media Sosial Instagram.
- Rizqullah, P. (2019). Pengaruh Gading Marten Sebagai Duta Merek Terhadap Citra Merek Erigo.

- Sadrabadi. (2018). Evaluating the role of brand ambassadors in social media. *Journal of Marketing Management and Consumer Behavior*.
- Saputra, A. (2022). NCT 127 Resmi jadi Brand Ambassador Click Natural Whitening. Liputan 6. Diambil kembali dari <https://www.liputan6.com/showbiz/read/5006265/nct-127-resmi-jadi-brand-ambassador-click-natural-whitening>
- Sugiyono, P. D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Thabit, T., & Raewf, M. (2018). The Evaluation of Marketing Mix Elements: A Case Study. *International Journal of Social Sciences & Educational Studies*, 100-109.
- Tridayanti, F. (2022). Pengaruh NCT DREAM Sebagai Brand Ambassador Terhadap Brand Image Produk Mie Instan Lemonilo Pada Generasi Muda.
- Yulianingsih, A., & Suryawardani, B. (2018). Pengaruh Experiential Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Nexa Hotel Bandung Tahun 2018). *E-Proceeding of Applied Science*, 370-377.
- Yuniyanto, H. R. (2018). Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli Pengguna Youtube Dengan Brand Recognition Sebagai Variabel Intervening.