

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ali, Hasanuddin dan Purwandi, Lilik. (2017). *Millennial Nusantara*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Arikunto, Suharsini. (2013). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Durianto, Darmadi dkk. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kartajaya, Hermawan. (2017). *Citizen 4.0: Menjejakkan Prinsip-Prinsip Pemasaran Humanis di Era Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Keller, Kevin Lane. (2008). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, And, Managing Brand Equity, 3th edition*. USA: Pearson Education
- Kertamukti, Rama. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan: Konsep, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- _____. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenada Media Group

Pamungkas, Indra Novianto Adibayu. (2016). *Brandology: Brand, branding & Brand*

Activation. Yogyakarta: Deepublish

Rangkuti, Freddy. (2011). *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Riduwan, dan Kuncoro, Ahmad Engkos. (2007). *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta

Siregar, Sofyan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

_____. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

_____. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta

Sujarweni, V dan Endrayanto, Poly. (2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Supratman, Lucy Pujasari dan Mahadian, Adi Bayu. (2016). *Psikologi Komunikasi*. Yogyakarta: Deepublish

Tjiptono, Fandy. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi

E-BOOK:

Lea-Greenwood, Gaynor. (2012). *Fashion Marketing Communications E-book*. Somerset, NJ, USA: Wiley

SKRIPSI:

Gita, Devi dan Retno Setyorini. 2016. *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand*

Image Perusahaan Online ZALORA.CO.ID [Skripsi]. Bandung: Universitas Telkom

Mardiyah, Nihyatul. 2010. *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Sabun Lux* [Skripsi]. Yogyakarta: Pondok Pesantren Wahid Hasyim

Masyita, Dina Arni. 2017. *Pengaruh Brand Ambassador Dian Sastrowardoyo Terhadap Brand Image Makeup L'oreal di Kota Bandung* [Skripsi]. Bandung: Universitas Telkom

Niaulina, Thressa. 2018. *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Bandung Makuta Cake* [Skripsi]. Bandung: Universitas Telkom

Sagala, M Habib. 2017. *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image pada Oppo Smartphone di Kota Bandung* [Skripsi]. Bandung: Universitas Telkom

JURNAL:

Abdillah, Suharyono, dan Putra I. 2014. *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Imageserta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian*. 12, 2-10. Retrieved from <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id>

Goutom, D. 2013. *Influence of Brand Ambassadors on Buying Behavior of Soft Drinks*. 1, 9-18. Retrieved from <http://www.impactjournals.us/>

Khan Afsheen dan Samreen Lodhi. 2016. *Influence of Celebrity Endorsment on Consumer Purchase Decision: A Case of Karachi*. 2, 102-111. Retrieved from <http://www.onlinejournal.in/>

Kurniawan, Fransisca Juanda dan Yohanes Sondang Kunto. 2014. *Analisis Pengaruh Visibility, Credibility, Attraction, dan Power Celebrity Endorser Terhadap Brand Image Bedak Venus*. 1, 1-8. Retrieved from

<https://www.media.neliti.com/>

Lamboan, Syutria. 2013. *The Impact of Celebrity Endorsement on Brand Image*. 1, 788-795. Retrieved from <https://media.neliti.com>

Mukhamad, Suharyono, Dan Magdalena. 2015. *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap International Brand Imageserta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian*. 23, 1-7. Retrieved from administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id

Rizki, Shinta Pamudyaning Dan Mudianto. 2016. *Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Brand Imageserta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian*. 5, 1-12. Retrieved from <http://ejournal-s1.undip.ac.id>

Setiawaty, Melisa. 2015. *Penggunaan Maudy Koesnaedi Sebagai Celebrity Endorser Dalam Iklan L'oreal Fall Repair 3x Terhadap Brand ImageL'oreal di Surabaya*. 3, 2-13. Retrieved from <https://anzdoc.com/>

Wang, Felicia dan Evo Sampetua Hariandja. 2016. *The Influence of Brand Ambassador on Brand Imageand Cosumer Purchasing Decision*. 1, 292-306. Retrieved from <https://www.researchgate.net/>

Widjaja, Anastasia Andrea. 2015. *The Impact of L'oreal Paris Fall Repair's Celebrity Endorsement Towards Consumer Purchase Intention with Brand Images As Mediating Variable*. 3, 214-221. Retrieved from <http://www.publication.petra.ac.id>

Sumber Tambahan:

[online] www.Shopee.com , diakses pada 10/9/18 pukul 19.00 WIB

[online] <https://careers.Shopee.co.id>, diakses pada 10/9/18 pukul 19.20 WIB

[online] www.apjii.or.id, diakses pada 11/9/18 pukul 17.00 WIB

[online] www.uzone.id , diakses pada 11/9/18 pukul 21.00 WIB

[online] <http://marketeers.com>, diakses pada 10/9/18 pukul 22.00 WIB

[online] www.iprice.co.id , diakses pada 12/9/18 pukul 16.00 WIB

[online] <http://www.tribunnews.com> , diakses pada 12/9/18 pukul 15.00 WIB

[online] www.jitunews.com, diakses pada 12/9/18 pukul 16.00 WIB

[online] www.teknologi.id, diakses pada 4/10/18 pukul 23.00 WIB

[online] <https://www.liputan6.com> , diakses pada 12/9/18 pukul 20.00 WIB

[online] <https://www.merdeka.com> , diakses pada 13/9/18 pukul 20.00 WIB

[online] www.oranyenews.com, diakses pada 2/10/18 pukul 21.00 WIB

[online] www.mastel.id, diakses pada 11/9/18 pukul 20.00 WIB

[online] www.pikiran-rakyat.com, diakses pada 9/4/19 pukul 23.50 WIB

[online] www.google.com, diakses pada 10/4/19 pukul 13.00 WIB

[online] www.lifestylebisnis.com, diakses pada 9/4/19 pukul 23.20 WIB.