

## DAFTAR PUSTAKA

- Anglis Andhita Hatmawan. (2020). *METODE RISET PENELITIAN KUANTITATIF*. Deepublish.  
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/166053/slug/metode-riiset-penelitian-kuantitatif-penelitian-di-bidang-manajemen-teknik-pendidikan-dan-eksperimen.html>
- Appkey. (2020). No Title. *Markey*. <https://markey.id/blog/marketing/brand-ambassador>
- Author. (2020). *Fiki Naki - Biodata, Profil, Fakta, Umur, Agama, Pacar, Karier*.  
<https://dailysia.com/>
- Author. (2020). *Fiki Naki - Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas*.  
<https://id.wikipedia.org>
- Adawiyah, Karina Robiatul. (2018). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP BRAND IMAGE SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. repository.ub.ac.id/
- Edelman. (2019). *No Title*. Wwww.Edelman.Com.  
<https://www.edelman.com/research/trust-barometer-special-report-in-brands-we-trust#:~:text=The 2019 Edelman Trust Barometer Special Report%3A In,say that brand trust is essential to buying.>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek. Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August, 336*.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran (Issue Ekonomi dan Bisnis)*.
- Hatmawan, A. A. (2020). *METODE RISET PENELITIAN KUANTITATIF*. Deepublish.  
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/166053/slug/metode-riiset-penelitian-kuantitatif-penelitian-di-bidang-manajemen-teknik-pendidikan-dan-eksperimen.html>
- Hikmawati, Fenti (2017). *METODELOGI PENELITIAN* (1st ed.). PT RajaGrafindo

Persada.

- Indrawati, P. D. (2015). *METODE PENELITIAN MANAJEMEN DAN BISNIS: KONVERGENSI TEKNOLOGI KOMUNIKASI DAN INFORMASI* (Dinah Sumayyah (ed.)). PT Refika Aditama.
- Puspitasari, Nisa. (2020). *Biodata Fiki Naki, Lengkap Umur dan Agama, YouTuber asal Pekanbaru tang Jago Bahasa Russia*. <https://kuyou.id/>
- Prasetyo. F.A (2018). EXPERTISE, ATTRACTIVENESS, DAN TRUSTWORTHINESS SEBAGAI PEMBENTUKAN ATTITUDE SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP PURCHASE INTENTION: studi pada konteks online review yang dibuat oleh Gerry Girianza pada produk makanan Sei Sapi Lamalera diplatform YouTube ,Fadlurrahman Prasetyo Adji, Ma.-Ibs, 2018.pdf
- Rukajat, A. (2018). Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach. CV. Budi Utama
- Kertamukti, R. (2015). *STRATEGI KREATIF DALAM PERIKLANAN*. PT RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P. T., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th Globa). Pearson.
- Maarif, Z. (2016). *Logika Komunikasi* (1st ed.). PT RajaGrafindo Persada.
- Mea, A. (2016). *Panas Bumi dan Lompatan Besar dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi LOMBA ESSAY NASIONAL ONLINE FS2T AND FOSMAN ESSAY COMPETITION MASYARAKAT EKONOMI ASEAN ( MEA )* Diusulkan oleh : Wahyu Kusdyantono. May.
- Naomi,I.P. Ardhiyansyah,A. (2021). *Tampilan PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP BRAND IMAGE PADA E-COMMERCE INDONESIA*. <https://prosiding.senmabis.nusaputra.ac.id/>
- Ramadayanti, F. (2019). Peran Brand Awereness terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 111–116. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6690>