

## DAFTAR PUSTAKA

- Candra, S. S., Worang, F. G., & Samadi, R. L. (2023). PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP STRATEGI PEREKRUTAN STUDENT AMBASSADOR PADA PROMOSI LAYANAN CICIL.CO.ID DI KOTA MANADO. *Jurnal EMBA (11)4*, 280-293.
- Putri, A. K., Saragih, R. B., & Sari, E. V. (2023). PENGARUH BRAND AMBASADOR BABE CABITA DAN MARSEL WIDIANTO TERHADAP MINAT BELI PRODUK MS GLOWE FOR MEN. *Jurnal kaganga (7)1*.
- Aisyah Izrani, N. F., Masruroh, A., & Rizqi Roikhan, M. (2022). Efektivitas NCT dream sebagai brand ambassador produk somethinc dalam meningkatkan kepercayaan konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS) (2)1*, 8-21.
- Amelia, S. R., Nisya, S. M., & Muzdalifah, L. (2023). PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE DAN COUNTRY OF ORIGIN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN. *Jurnal of creative student research (JCSR) (1)1*, 143-162.
- Boru saragih, m. f., Waluyowati, L. R., & Sudrajat, I. S. (2020). Efektivitas artis Choi Siwon sebagai brand ambassador terhadap keputusan pembelian produk mie sedaap korean spicy chicken. *Jurnal Ilmiah Agritas (4)1*, 19-29.
- Candra, S. S., Worang, F. G., & Samadi, R. L. (2023). PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP STRATEGI PEREKRUTAN STUDENT AMBASSADOR PADA PROMOSI LAYANAN CICIL.CO.ID DI KOTA MANADO. *Jurnal EMBA (11)4*, 280-293.
- Fasha, A. F., Robi, M. r., & Windasari, s. (2022). DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI: BRAND AMBASADOR DAN BRAND IMAGE {LITERATUR REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN}. *jurnal manajemen pendidikan dan ilmu sosial (3)1*, 2716-3768.

- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINATY BELI: BRAND AMBASADOR DAN BRAND IMAGE (LITERATUR REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *jurnal manajemen pendidikan dan ilmu sosial (3)1*, 2716-3768.
- Gunawan, f. (2015). Efektivitas penggunaan Ashraf & BCL sebagai Celebrty Endorser dalam iklan Televisi LINE lest's get rich dengan menggunakan model TEARS. *Jurnal E komunikasi, Program studi manajemen, Universitas Kristen Petra, Surabaya*.
- Hasanah, I. A., Maliah, A. W., Wardhana, N. A., Dahlan, A. M., & Rakhmawati, D. Y. (2023). PENGARUH BRAND AMBASSADOR IKATAN CINTA TERHADAP KECERDASAN SPASIAL DALAM MEMBUAT KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE OLEH REMAJA DI JAWA TIMUR . *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) (11) 01*, 2337-6708.
- Herawati, & Putra, A. S. (2023). PENGARUH BRAND AMBASADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AZARIN COSMETIC. *Jurnal on education (05)02*, 4170-4178.
- Huda, M. N. (2020). MANAJEMEN PEMASARAN SEKOLAH. *Jurnal manajemen pendidikan islam (VIII)1*, 2502-4035.
- Kolinung, M. S., Mananeke, l., & Tampenawas, J. L. (2022). PENGARUH BRAND AMBASADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK REVLON (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS SAM RATULANGI). *Jurnal EMBA (10)3*, 101-111.
- Lengkong, M. A., Priyowidodo, G., & Tjahyana, L. J. (2022). EFWKTIVITAS PENGGUNAAN BRAND AMBASADOR SONG JOONG KI DALAM SCARLETT WHITENING DENGAN MODEL VIS CAP. *Jurnal E komunikasi, Program studi manajemen, Universitas Kristen Petra, Surabaya (10)2*.
- Miarso, J., & Irwandi. (2023). The Effect Of Advertising And Price Discounts On Sales Volume Of CV. ACR Diesel. Pengaruh Periklanan Dan Potongan Harga Terhadap Volume Penjualan CV. ACR Diesel. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (4)2*, 1123-1131.

- Muhtadin, M., & Djatmiko, T. (2018). PENGARUH BRAND AMBASADOR TERHADAP BRAND IMAGE SHAMPO PANTENE DI BANDUNG. *Jurnal e-Proceeding of Management (5)2*, 2355-9357.
- Nancy, Goenawan, F., & Monica, V. (2020). EFEKTIVITAS PENGUNAAAAN BRAND AMBASADOR LANEIGE DALAM MODEL VIS CAP. *JURNAL E-KOMUNIKASI UNIVERSITAS KRISTEN PETRA, SURABAYA (8)2*.
- Nofiani, P. W., & Mursid, M. C. (2021). PENTING NYA PRILAKU ORGANISASI DAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS DI ERA IGITAL. *Jurnal Logistik Bisnis (11) 02*, 2086-8561.
- Nurhadi, A. (2023). *STRATEGI PEMASARAN ( Marketing Strategy)*. BENGKULU: Yayasan Sahabat Alam Raffesia.
- Purnama Putra, N., Lantarsih, R., & M. D. (2021). Efektivitas Lucas NCT Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan. *Jurnal Ilmiah Agritas (6)2*, 95-103.
- Puspitasari, N., aphrodite.naila, & suleman, e. (2023). PENGARUH PROMOSI, BRAND AMBASADOR DAN KOREAN WAVE TERHADAP MINAT BELI PRODUK SOMETHINC. *Jurnal darmawangsa ac.ad (17)1*, 303-314.
- Puspitasari, R., & Suryaningsih, T. (2023). Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Warkop Brewok di Desa Kenayan Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung Tahun 2023. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin (1)9*, 313-319.
- Rachmansyah, M. R., & Oesman Palapa, M. A. (2023). PROMOSI CONCEP STORE MELALUI MEDIA SOSIAL. *Jurnal riset public relations (JRPR) (3)1*, 7-14.
- Saputra, M., & Yusa, V. D. (2019). Analisis efektifitas iklan dan brand awareness program pascasarjana IIB Darmajaya di Bandar Lampung. *jurnal manajemen (13)2*.
- Siahan, A. C., Ginting, M., & Br Ginting, L. T. (2023). PENGARUH BRAND AMBASADOR, BRAND IMAGE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENANTEA DI KOTA MEDAN. *Jurnal wira ekonomi mikroskil (JWEM) (13)01*, 80-91.

- Subagyo, Rahman, a., & Aprilliani, a. (2023). BRAND AMBASSADOR, MINAT BELI PADA SHOPEE. *Jurnal lentera bisnis (12)1*, 2252-9993.
- Susanti, & Herlina. (2022). FAKTOR YANG MENENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DETERGEN CAIR MEREK RINSO (STUDI KASUS PADA KELUHAN SUKASARI TANGERANG RW 03). *Jurnal akrab juara (7)3*, 218-232.
- Amin, N. F. (2023). KONSEP UMUM POPULASI DAN SEMPEL DALAM PENELITIAN. *JURNAL PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer (14)1*.
- Apriani, L., Saparahayuningsih, S., & Qalbi, Z. (2021). PERBANDINGAN TINGKAT KEMANDIRIAN ANAK USIA DINI DITINJAU DARI WILAYAH TEMPAT TINGGAL. *Jurnal PENA PAUD (2)2*, 44-52.
- Ilahi, V. K. (2023). PENGARUH BRAND AMBASADOR CLARISSA PUTRI TERHADAP MINAT BELI PRODUK YELLOW FIT KITCHEN (SURVEI KEPADA FOLLOWERS INSTAGRAM @clarissaputri\_). *Jurnal mahasiswa Institut Teknologi dan BIANIS Kalbis (9)3*.
- Lengkong, M. A., Priyowidodo, G., & Tjahyana, L. J. (2022). EFWKTIVITAS PENGGUNAAN BRAND AMBASADOR SONG JOONG KI DALAM SCARLETT WHITENING DENGAN MODEL VIS CAP. *Jurnal E komunikasi, Program studi manajemen, Universitas Kristen Petra, Surabaya (10)2*.
- Pratama, R., & Sudrajat, A. W. (2023). PENGUKURAN TINGKAT KEBERGUNAAN APLIKASI PLN MOBILE MENGGUNAKAN MODEL SYSTEM USABILITY SCALE DAN TEORI JAKOB NIELSEN. *Jurnal informasi dan komputer (11)1*, 2337-8344.
- Prawiyogi, A. G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). PENGGUNAAN MEDIA BIG BOOK UNTUK MENUMBUHKAN MINAT BACA SISWA DI SEKOLAH DASAR. *Jurnal Basicedu (5)1*, 446-452.
- Sanaky, M. M., Saleh, L. M., & Titaley, H. D. (2021). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB KETERLAMBATAN PADA PROYEK PEMBANGUNAN GEDUNG ASRAMA MAN 1 TULEHU MALUKU TENGAH. *JURNAL SISTEMATIK (11)1*.

Saputri, A. F., & Saputro, E. P. (2023). THE INFLUENCE OF THE VALENTINO ROSSI MODEL ON BUYING INTEREST IN. *Fakultas komunikasi dan informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta.*

Sugiono. (2018). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D.* Bandung: ALFABETA,cv.