



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Bajari, A. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi, Prosedur, Trend an Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Basuki, Sulistyono. (2010). *Metode Penelitian*. Jakarta: Penaku.
- Budi, Triton Prawira. (2006). *SPSS 13.0 Terapan: Riset Statistik Parametrik*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Fill, Chris. (2009). *Marketing Communication: Interactivity, Communities, and Content, Fifth Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Gaynor, Lea-Greenwood. (2012). *Fashion Marketing Communications E-book*. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Keller, Kevin. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity Third Edition*. USA: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. (2012). *Principles of Marketing 14th Edition*. USA: Pearson.
- Kriyanto, Rachmat. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- _____. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- _____. (2016). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Noor, Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Purwanto, Sigit. Terjemahan dari Sandra Oliver. (2005). *Strategi Public Relations*. Yogyakarta: Erlangga.
- Royan, Frans. (2014). *Bisnis Model Kanvas Distributor*. PT. Gramedia Pustaka Utama
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- Soemanagara. (2012). *Strategic Marketing Communication*. Bandung: Alfabeta.
- Soemirat & Ardianto. (2008). *Dasar-dasar PR*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Administratif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

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

Unaradjan, Dominikus, Dolet. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Universitas Atma Jaya.

JURNAL

Gita, Devi dan Retno Setyorini. (2015). “Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap *Brand Image* Perusahaan Online Zalora.co.id”. Universitas Telkom. Vol. 3 No. 1.

Masyita, Dina Arti dan Ai Lili Yulianti. (2017). “Pengaruh *Brand Ambassador* Dian Sastrowardoyo Terhadap *Brand Image* Produk Makeup L’Oreal Paris”. UMB Yogyakarta, Vol. 3 No. 1.

Putra, Muhammad Ikhsan, Suharyono dan Yusri Abdillah. (2014). “Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap *Brand Image* Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada pengguna LINE di Asia”. JAB Vol. 12 No. 1.

SKRIPSI

Mardiyah, Nihayatul. (2010). Skripsi. “Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap *Brand Image* Sabun Lux: Studi di Pondok Pesanren Wahid Hasyim Yogyakarta”. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Suryaningsih, Dwiyaniti. (2018). Skripsi. “Pengaruh Zaskia Adya Mecca Sebagai *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Beli Konsumen Butik Meccanism Yogyakarta”. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

WEBSITE

Nielsen. (2015). “*Nielsen Global Trust in Advertising*”. Diakses pada Kamis 6 Juni 2019. <https://www.nielsen.com/content/dam/niensenglobal/apac/docs/reports/2015/nielsen-global-trust-in-advertising-report-september-2015.pdf>

- Nielsen. (2012). “Nielsen Global Trust in Advertising and Brand Messages”. Diakses pada Kamis 6 Juni 2019. <https://retelur.files.wordpress.com/2007/10/global-trust-in-advertising-2012.pdf>
- Supriyadi, Cecep. (2018). “Masuk Pasar Kosmetik Indonesia, Y.O.U Usung Konsep ‘Modern Glam’”. Diakses pada Senin, 4 Maret 2019. <https://marketing.co.id/vanessa-prescilla-brand-ambassador-y-o-u/>
- Oktaviani, Kiki. (2018). “Vanessa Prescilla Jadi *Brand Ambassador* Brand Kosmetik Lokal Y.O.U”. Diakses pada Senin, 4 Maret 2019. <https://wolipop.detik.com/makeup-and-skincare/d-4304722/vanessa-prescilla-jadi-brand-ambassador-brand-kosmetik-lokal-you>
- Prescilla, Vanessa. (2019). Diakses pada Kamis, 6 Juni 2019. <https://www.instagram.com/p/BuS0QBsgkt9/>
- Supriyadi, Cecep. (2018). “Masuk Pasar Kosmetik Indonesia, Y.O.U Usung Konsep ‘Modern Glam’”. Diakses pada Senin, 4 Maret 2019. <https://marketing.co.id/vanessa-prescilla-brand-ambassador-y-o-u/>

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA