



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

- Adib, H. M. (2011). Filsafat Ilmu: Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, dan Logika Ilmu Pengetahuan.
- Aryani, L. S. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Blackpink Terhadap Citra Perusahaan dan Minat Beli Di Shopee (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung).
- Cahyowulan, Shinta A. P., (2018). Pengaruh Brand Ambassador Pada Minat Beli Produk Wrangler Dengan Citra Merek Sebagai Variable Interventing.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2012). Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communication, Pearson.
- Fatahillah, S. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Eiger Adventure Di Kota Makassar (Doctoral dissertation).
- Ferdinand, Augusty. 2006. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan skripsi, Tesis, dan disertasi Ilmu Manajemen. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Galaxy A Blackpink Campaign (AWESOME LIVE): Samsung Indonesia. *Samsung Id*, 8 Jan. 2020, www.samsung.com/id/galaxy-a-series/awesome-live/.
- Gultom, S. B., & Sari, D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Blackpink Terhadap Brand Image E-commerce Shopee. *eProceedings of Management*, 6(2).
- Khoirunnisa, O., & Oleh. (2019, November 13). Top 5 Vendor Smartphone di Indonesia Q3-2019. Retrieved June 12, 2020, [from https://selular.id/2019/11/top-5-vendor-smartphone-di-indonesia-q3-2019/](https://selular.id/2019/11/top-5-vendor-smartphone-di-indonesia-q3-2019/)
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kriyantono, R., Sos, S., & Si, M. (2014). Teknik praktis riset komunikasi. Prenada Media.
- Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. Fashion Marketing Communications E-book. Somerset, NJ, USA: Wiley
- Malhotra, N. K., & Peterson, M. (2006). Basic marketing research: A decision-making approach. Prentice hall.
- Mardiani, A. S., & Wardhana, A. (2018). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Bandung Kunafe Cake. *eProceedings of Management*, 5(2).
- Ningrum, N. S. (2017). Pengaruh brand ambassador terhadap minat beli konsumen MD Clinic by Lazeta. *Majalah Bisnis Dan IPTEK*, 9(2), 141-152.
- Petty, R. E., & Brinol, P. (2014). The elaboration likelihood and metacognitive models of attitudes. *Dual-process theories of the social mind*, 172-187.

Petty, R. E., Cacioppo, J. T., & Kasmer, J. A. (2015). *The role of affect in the elaboration likelihood model of persuasion*. In *Communication, Social Cognition, and Affect (PLE: Emotion)* (pp. 133-162). Psychology Press.

Putra, J. S., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Andre Taulany Terhadap Minat Beli Konsumen “Ini Keripik”. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(07).

Questbrilia, Bivisyani. *Brand Ambassador Mampu Mencuri Perhatian Publik*, 2019, www.jojonomic.com/blog/brand-ambassador/?amp.

Rifki, M. (2013). Pengaruh Pasha Ungu Sebagai Brand Ambassador Garnier Men Terhadap Minat Beli Produk Masyarakat Kelurahan Jemur Wonosari Kecamatan Wonocolo Kota Surabaya (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).

Samosir, L. S. (2016). Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador “Dewi Sandra” terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kosmetik Wardah di Kota Bandung. *Jurnal Sosioteknologi*, 15(2), 233-240.

Sugiyono. (2012). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: ALFABETA)

Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: ALFABETA)

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: ALFABETA)

Sulistiyari, I.N. 2012. Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Oriflame. Universitas Diponegoro.

Suryaningsih, D. (2018). Pengaruh Zaskia Adya Mecca Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Beli Konsumen Butik Meccanism Yogyakarta.

Wahyugunawan (wahyu musa gunawan), & Alres (Alrescha Nero Ardiaz). (2017, January 17). Apa yang dimaksud dengan Teori Kemungkinan Elaborasi (Elaboration Likelihood Model)? Retrieved June 26, 2020, from <https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-teori-kemungkinan-elaborasi-elaboration-likelihood-model/4306>

Yusuf, A. Muri. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*.