



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

- (2020). Retrieved May 30, 2020, from Tiket.com: <https://www.tiket.com>
- Anshori, M., & Iswati, S. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi 1*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., Volkov, M., & Kotler, P. (2018). *Principles of Marketing*. Melbourne: Pearson .
- Aufar, M. R. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador Sahrul Gunawan Terhadap Keputusan Pembelian Jamaah Dalam Memilih AFI Tour Jakarta Selatan*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Berman, B., Evans, J. R., & Chatterjee, P. (2013). *Retail Management: A Strategic Approach* . Vivar: Pearson.
- Blog: Tiket.com*. (2020). Retrieved May 25, 2020, from Tiket.com: <https://blog.tiket.com>
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). *Validitas dan Reliabilitas Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Byers, M. (n.d.). The role of personality traits and motivation in determining brand ambassador performance in the alcoholic beverage industry (doctoral dissertation).
- Cahyowulan, S. A. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador Pada Minat Beli Produk Wrangler Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Connor, C. (2010). *The Perceived Credibility Of Brand Mention In Magazine Article In Comparison To Advertorials and Traditional Paid Advertisement*. Honors Projects In Marketing.
- Effendy, O. U. (2004). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Febriant, A. (2016). *Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Lee Min Ho Pada Iklan Luwak White Coffee Di RCTI Terhadap Minat Beli*. Jakarta: Universitas Prof. Dr. Moestopo.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro Press.

- Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2018). *A First Look At Communication Theory* (10th Edition ed.). New York: Mc-Graw Hill Education.
- Hendra, O. W. (2014). *Pengaruh Selebriti Iklan IM3 Versi JKT48 Terhadap Minat Beli Menurut Model Viscap (Survei Pada SMAN 7 Yogyakarta)*. Bandung: Telkom University.
- Hutter, K., J. H., Dennhardt, S., & J. F. (2013). The Impact of User Interactions In Social Media On Brand Awareness And Purchase Intention: The Case of MINI On Facebook. *Journal of Product & Brand Management* , 342-351.
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta.
- Kotler, P., & Kaller, K. L. (2012). *Marketing Management, 14th Edition*. New Jersey: Pearson.
- Kriyantono, R. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Malang: Kencana Prenada Media Group.
- Lea-Greenwood, G. (2013). *Fashion Marketing Communications*. United Kingdom: John Willey & Sons Ltd.
- Malhotra, N. K., & Dash, S. (2016). *Marketing Research : An Applied Orientation*. Tamil Nadu: Pearson.
- Merk, M. (2014). *Luxury Sales Force Management: Strategies Winning Over Your Brand Ambassadors*. Chennai: Palgrave Macmillan UK.
- Neuman, W. L. (2014). *Basic Of Social Research: Qualitative & Quantitative Approaches*. England: Pearson.
- Nuraini, P. (2015). *Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador Band NOAH Dalam Iklan Vaseline Men Terhadap Keputusan Pembeliann*. Banten: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Perbawaningsih, Y. (2012). Menyoal Elaboration Likelihood Model (ELM) dan Teori Retorika. *Jurnal Ilmu Komunikasi* , 9, 3.
- Pontoh, Y. G. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorser (Pevita Pearce) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Garnier BB Cream Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung*. Lampung: Universitas Lampung.
- Pranata, D. C. (2016). *Komunikasi Persuasif Prof. Dr. H. Imam Suprayogo*. Malang: UIN Malang.

- Prasetyo, P. E. (2018). Brand Ambassador Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek (Studi Kasus Pada XL Axiata Di Pelajar Dan Mahasiswa Yogyaarta. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia* , 458-466.
- Priyatno, D. (2016). *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Putra, J. S., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Andre Taulany Terhadap Minat Beli Konsumen "Ini Keripik". *Jurnal Riset Manajemen* , 11-22.
- Rakhmat, J. (2007). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Saebani, B. A. (2017). *Metode Aplikatif Metode Penelitian dalam Penyusunan Karya Ilmiah, Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Salomon, M. R. (2017). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. England: Pearson.
- Sarah, A., & Wardhana, A. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Bandung Kunafe Cake. *E-Procceding of Management* , V, 2577.
- Schmidt, H. J., & Baumgarth, C. (2018). Strengthening Internal Brand Equity with Brand Ambassadors Program: Development and Testing of A Success Factor Model. *Journal of Brand Management* , 1-2.
- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2013). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated of Marketing Communications, Ninth Edition*. Ohio: South Western College Pub.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryaningsih, D. (2018). *Pengaruh Zaskia Adya Mecca Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Beli Butik Meccanism Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Zebua, F. (2018, February 22). Retrieved July 1, 2020, from Daily Social: <https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-survey-online-travel-agencies-ota-2018>

Zulkodtri. (2019, September 20). Retrieved February 4, 2020, from Bangka
Tribun News: <https://bangka.tribunnews.com/amp/2019/09/20/raffi-ahmad-dan-nagita-slavina-borong-penghargaan-di-selebrita-awards-2019-berikut-pemenang-lainnya?page=3>