

DAFTAR PUSTAKA

- AHA Beauty Clinic. *About us: AHA beauty clinic*. Diakses pada 30 Maret 2022 dari: <https://www.ahaclinic.co.id/about-us/>
- AHA Beauty Clinic. Diakses pada 30 Maret 2022 dari: <https://www.instagram.com/ahaclinic.id/?hl=en>
- AHA Beauty Clinic. Diakses pada 22 April 2022 dari: <https://www.facebook.com/AhaBeautyClinic/>
- Anandra, Q., Uljanatunnisa, Cahyani, I. P. (2020). Analisis elaboration likelihood theory pada kampanye “go green, no plastic” universitas pembangunan nasional veteran Jakarta. *Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika Vol. 9 No. 2*, November 2020
- Anis, Ashwar. (2018). Komunikasi di media sosial. *Jurnal el-Hamra Vol.3 No.1* (2018)
- Ayuwinandyasari, Vinisia. (2020). Pengaruh pemasaran media sosial, kualitas produk, dan keaslian sebagai *brand* ambassador terhadap niat pembelian sang pisang. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Budiman, V., Loisa, R., & Pandrianto, N. (2018). Peran *brand* ambassador pada iklan dalam membangun *brand* awareness (studi kasus iklan youtube lg g7 thingy bts). *Prologia Vol. 2, No. 2*, Desember 2018, Hal 546 – 553
- Castillo, D. J., & Fernandez, R. S. (2019). The role of digital influencers in *brand* recommendation: Examining their impact on engagement, expected value and purchase intention. *International Journal of Information Management 49* (2019) 366–376
- Creswell, J. W. (2014). *Research design pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- DePoy, E., & Gitlin, L. N. (2015). *Introduction to research: Understanding and applying multiple strategies*. Elsevier Health Sciences.
- Fitrah, M., & Luthfiah. (2017). *Metode penelitian: Penelitian kualitatif, tindakan kelas, dan studi kasus*. Malang: CV Jejak.
- Freeman, Ashley. (2015, Oktober 6). *A quick definition of brand engagement*. Diakses pada 11 September 2021 dari Involve: <https://involve.co.uk/a-quick-definition-of-brand-engagement/>
- Greenwood, L., Gaynor. (2012). *Fashion marketing communications e-book*. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Gunelius, Susan. (2019, Mei 31). *How to build brand engagement – part 1*. Diakses pada 11 September 2021 dari Ask Your Target Market: <https://aytm.com/blog/how-to-build-brand-engagement-part-1/>
- Gunelius, Susan. (2019, Mei 31). *How to build brand engagement – part 2*. Diakses pada 11 September 2021 dari Ask Your Target Market: <https://aytm.com/blog/how-to-build-brand-engagement-part-2/>

- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Auliya, N. H. (2020). *Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group.
- Kapoor, Avinash, dan Kulshrestha, Chinmaya (eds.). (2012). *Branding and sustainable competitive advantage: Building virtual presence*. United States of America: IGI Global
- Kemp S. (2022). *Indonesian digital report*. Hootsuite (We are Social). Diakses pada 18 Februari 2022. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Kertamukti, Rama. (2015). *Strategi kreatif dalam periklanan: Konsep, media, branding, anggaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Kok, W., Ariesa, Y., Kelvin, Pratama, V., Kosasih, S., & Alianza, V. F. (2021). The role of *brand* ambassador, event marketing and digital marketing on purchase decisions user shopee. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal) Volume 4*, No. 3, August 2021, Page: 4804-4814
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management, 15th ed.* New Jersey: Pearson
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Kurniawan, Puguh. (2017). Pemanfaatan media sosial instagram sebagai komunikasi pemasaran modern pada batik burneh. *Kompetensi*, Vol. 11, No. 2 (2017) h. 223-224
- Moleong, Lexy J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Morissan. (2019). *Riset Kualitatif*. Jakarta: Kencana PRENAMEDIA
- National Business Research Institute. What is *brand* engagement and why does it matters?. Diakses pada 11 September 2021 dari National Business Research Institute: <https://www.nbrii.com/faqs/market-research/brand-engagement-matter/>
- Nofiwaty, Fitrianto, M. E., & Iisnawati. (2020). *Brand* ambassador and the effect to consumer decision on online marketplace in Indonesia. *SIJDEB*, 4(1), 2020, 21-30
- Nuraini, Ratna, D. (2020). Penerapan metode studi kasus yin dalam penelitian arsitektur dan perilaku. *INERSIA*, Vol. XVI No. 1, Mei 2020
- Nuraji, H. W. (2019). Pengaruh Konten instagram @Naikmotor Terhadap Minat Pengetahuan Modifikasi Motor di Kalangan Followers @Naikmotor. Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)
- Pandrianto, N. & Sukandro, G. G. (2018). Analisis strategi pesan *content marketing* untuk mempertahankan *brand engagement*. *Jurnal Komunikasi Vol. 10*, No. 2, Desember 2018, Hal 167 – 176
- Panggabean, Anastasya. Diakses pada 30 Maret 2022 dari: <https://www.instagram.com/syapanggabean/?hl=en>

- Prastiwi, F. T. R., Ratnaningsih, C. R., Windhyasisti, I., & Khourouh, U. (2020). Analisis pengaruh tren budaya, *brand ambassador* dan harga terhadap *purchase intention*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, *Volume 7* No. 1, 2020 Hlm. 55 - 60
- R. Yogie Prawira, Slamet Mulyana, Teddy Kurnia Wirakusumah. (2012). Hubungan karakteristik *brand ambassador* honda spacy *helm-in* dengan tahapan keputusan pembelian konsumen. *Vol. 1*, No. 1, 2012
- Samosir, L. S., Putri, Y. R., & Nurfebiaraning, S. (2016). Pengaruh penggunaan *brand ambassador* dewi Sandra terhadap putusan pembelian kosmetik wardah di kota bandung. *Jurnal Sosioteknologi Vol. 15*, No 2, Agustus 2016
- Shafita, Rina. (2018). STUDI DESKRIPTIF KUANTITATIF PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DENGAN MINAT WISATAWAN TERHADAP PARIWISATA DI YOGYAKARTA (Studi Kasus di PT. BKS Tour Services Periode Oktober – November 2017). Skripsi. Universitas Mercu Buana Yogyakarta
- Sugiyono. (2018). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Wibowo, L. A., & Priansa, D. J. (2017). *Manajemen komunikasi dan pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Xu, F., & Warkentin, M. (2020). Integrating elaboration likelihood model and herd theory in information security message persuasiveness. *Computers & Security* 98 (2020)
- Yin, R. K. (2014). *Studi kasus desain & metode*. Jakarta: Rajawali Pers.

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA