



### **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

- Ardianto, Elvinaro. (2010). *Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Argenti, Paul A. (2009). *Corporate Communication* (5<sup>th</sup> ed.). USA: McGraw-Hill.
- Argenti, Paul A. (2013). *Corporate Communication* (6<sup>th</sup> ed.). USA: McGraw-Hill.
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Bungin, Burhan. (2009/2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Bungin, Burhan. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi: Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Broom, Glen M. dan Sha, Bey-Ling. (2013). *Cutlip & Center's Effective Public Relations* (11<sup>th</sup> ed.). Harlow UK: Pearson Education.
- Creswell, John W. (2012). *Educational Research: Planning, Conducting, and Valuating Quantitative and Qualitative Research E-Book* (4<sup>th</sup> ed.). Boston: Pearson Education.
- Frost, Raymond dan Strauss, Judy. (2009). *E-Marketing* (5<sup>th</sup> ed.). USA: Pearson Prentice Hall.

- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8<sup>th</sup> ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kahle, Lynn R. dan Kim, Chung-Hyun. (2006). *Creating Images and The Psychology of Marketing Communication*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Keller, Kevin Lane. (2008). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (3<sup>rd</sup> ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Kriyantono, Rachmat. (2011). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, Rachmat. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, Rachmat. (2016). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Laudon, Kenneth C., & Traver, Carol Guercio. (2014). *E-Commerce 2014: Business, Technology, Society* (10<sup>th</sup> ed.). UK: Pearson Education.
- Lea-Greenwood, Gaynor. (2013). *Fashion Marketing Communication*. Sussex, UK: John Wiley & Sons Ltd.
- Martono, Nanang. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Morrigan. (2008). *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Neuman, W. Lawrence. (2014). *Basics of Social Research: Qualitative & Quantitative Approaches* (3<sup>rd</sup> ed.). UK: Pearson Education.
- Nugroho, Yohanes Anton. (2011). *It's Easy Olah Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Sriptra Media Creative.
- Podnar, K. (2015). *Corporate Communication: A Marketing Viewpoint*. NY: Routledge.

- Pramesti, G. (2014). *Panduan Lengkap SPSS dalam Mengolah Data Statistik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Ruslan, Rosady. (2010). *Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Ruslan, Rosady. (2012). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sarwono, Jonathan. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Shimp, Terence A. dan Andrews, J. Craig. (2013). *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications* (9<sup>th</sup> ed.). AS: South-Western, Cengage Learning.
- Sudjarwo & Basrowi. (2009). *Manajemen Penelitian Sosial*. Bandung: CV Mandar Maju.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (20<sup>th</sup> ed.). Bandung: Alfabeta.
- Supranto. (2009). *Statistik: Teori dan Aplikasi* (7<sup>th</sup> ed.). Jakarta: Erlanga.
- Online*  
(21 Desember 2017). [ANALISIS] Kilas Balik Persaingan E-Commerce Indonesia Tahun 2017. *iprice.co.id*. Diakses 1 Juli 2018, dari <https://iprice.co.id/trend/insights/kilas-balik-e-commerce-indonesia-2017/>
- (20 Febuari 2018). Inilah Data Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia Tahun 2017 Hasil Survei APJII. Diakses 1 Juli 2018, dari

<https://travelmaker.id/2018/02/20/inilah-data-penetrasi-perilaku-pengguna-internet-indonesia-tahun-2017-hasil-survey-apjii/>

Adhi. (28 April 2016). Sejarah Bisnis E-Commerce di Indonesia dari Masa ke Masa. *money.id*. Diakses dari <https://www.money.id/digital/sejarah-bisnis-e-commerce-di-indonesia-dari-masa-ke-masa-160427f.html>

Husada, T. R. (20 Januari 2015). 9 Selebritis Cantik Indonesia yang menjadi Brand Ambassador Perusahaan Teknologi. *Techinasia*. Diakses 20 Maret 2018, dari <https://id.techinasia.com/daftar-wanita-cantik-ambassador-perusahaan-teknologi>

Jeko I.R. (1 Desember 2015). Shopee, Aplikasi Belanja Online C2C Meluncur di Indonesia. *Liputan6.com*. Diakses 20 Maret 2018, dari <http://tekno.liputan6.com/read/2379136/shopee-aplikasi-belanja-online-c2c-meluncur-di-indonesia>

Khoirunnisa. (8 Febuari 2018). Shopee Umumkan Brand Ambassador untuk Pasar Indonesia. *Selular.id*. Diakses 20 Maret 2018, dari <https://selular.id/2018/02/shopee-umumkan-brand-ambassador-untuk-pasar-indonesia/>

Kristiadi, Novi. (15 Agustus 2017). E-Commerce, Manfaat, dan Keuntungannya. *Kompasiana*. Diakses 20 Maret 2018, dari <https://www.kompasiana.com/novikristiadi/5992634e93be2508e06c5402/e-commerce-manfaat-dan-keuntungannya>

Lestari, Mustiana. (7 Febuari 2018). Gaet Millennial, Shopee Gandeng Prilly Latuconsina. *Detik.com*. Diakses 20 Maret 2018, dari

[https://inet.detik.com/business/d-3855970/gaet-millennial-shopee-gandeng-prilly-latuconsina?\\_ga=2.211718037.1846910665.1520058929-967080260.1489891366](https://inet.detik.com/business/d-3855970/gaet-millennial-shopee-gandeng-prilly-latuconsina?_ga=2.211718037.1846910665.1520058929-967080260.1489891366)

Tjin, Enche. (2 Februari 2016). Ingin jadi Ambassador, Influencer, atau Endorser?.

Infotografi.com. Diakses 26 Juli 2018, dari

<http://www.infotografi.com/blog/2016/02/ingin-jadi-ambassador-influencer-atau-endorser/>

Utari, Marthapuri Dwi. (Oktober 2017). 8 Alasan Mengapa Perusahaan Perlu

Menggaet Brand Ambassador. *BiteBrands.co*. Diakses 20 Maret 2018, dari

<http://www.bitebrands.co/2017/10/perlunya-peran-fungsi-brand-ambassador-bagi-perusahaan.html>

#### Skripsi

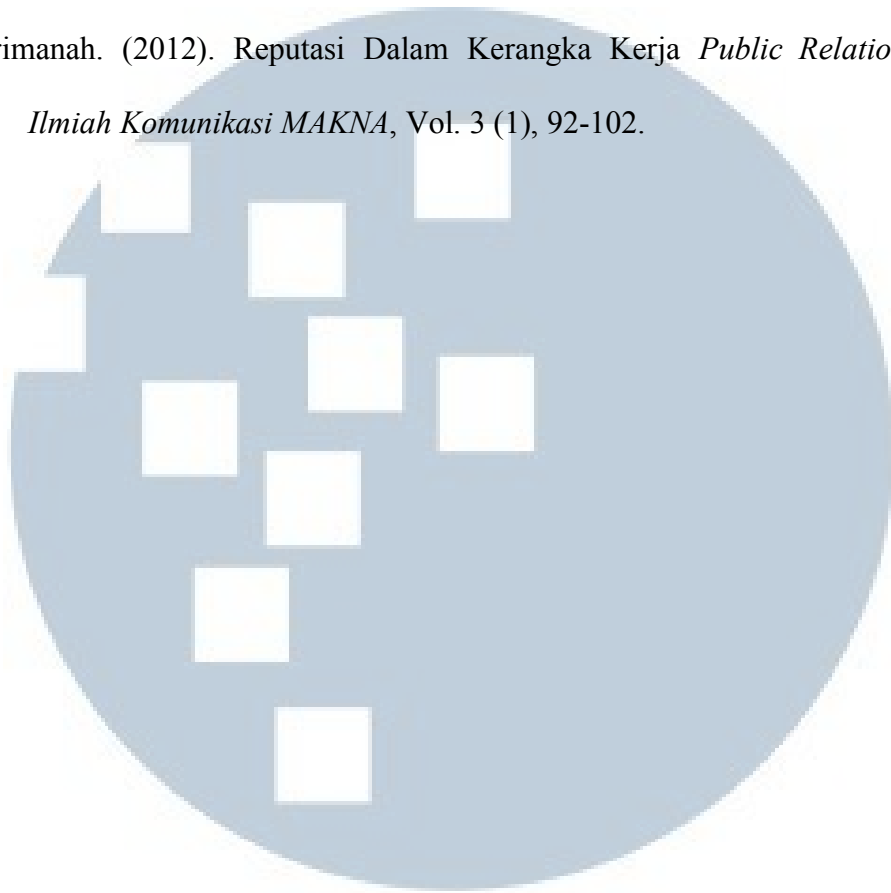
Christine. (2016). *Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Terhadap Citra Swarovski (Studi Asosiatif Miranda Kerr)*. Skripsi, London School of Public Relations Jakarta.

Mardiyah, Nihayatul. (2010). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Sabun Lux*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

#### Jurnal

Christopher. (2013). Sikap Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Video Klip PSY-Gangnam Style di Youtube. *Jurnal E-Komunikasi*, Vol. 1 (3), 288-297.

Trimanah. (2012). Reputasi Dalam Kerangka Kerja *Public Relations*. *Jurnal Ilmiah Komunikasi MAKNA*, Vol. 3 (1), 92-102.



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA