

Daftar Pustaka

- Ardianto, E. (2009). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Berger, A. A. (2016). *Media and Communication Research Methods: 4th edition*. Sage Publications, Inc
- Cooper, D. R. & Schindler, P. S. (2014). *Business Research Methods*. The McGraw– Hill Companies, New York
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa
- Hasibuan, L. P. (2023). “Ramai Artis Korea Jadi *Brand Ambassador* di RI, Emang Efektif?”. CNBC Indonesia.
<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20230215155653-33-414085/ramai-artis-korea-jadi-brand-ambassador-di-ri-emang-efektif>
- Kotler, P, & Armstrong, G. (2021). *Principles Of Marketing*, 18th edition. Pearson Education Limited, United Kingdom.
- Kotler, P. & Keller, K. (2011). *Marketing Management* 14th edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*, jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Lee, J. & Lee, Y. (2018). *Journal of Fashion Pemasaran dan Manajemen*, 22 , 3: 387-403. Tersedia di
<https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/JFMM-08-2017-0087> .
- Malhotra, N. K. (2007). *Marketing Research An Applied Orientation* ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Kencana.
- Mothersbaugh, D. L. dan Hawkins D. I. (2016). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. 13th Edition. McGraw-Hill Education, New York.
- Primadini, F. (2017). *Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Mandi LUX (Survei pada Iklan LUX Soft Touch Maudy Ayunda pada Konsumen Wanita di Yogyakarta)* (Skripsi, Universitas Gadjah Mada).
- Rakhmat, J. (1989). *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya
- Ramadhani, F. (2022). *Data Penjualan Shampo Bulan April – Juni 2022 di Shopee: 10 Brand ini Menjuarai*. Kompas.co.id. <https://kompas.co.id/article/data-penjualan-shampo/>.
- Rossiter, J., Percy, L., & Bergkvist, L. (2018). *Marketing Communication: Objectives, Strategy, Tactics*. London: SAGE Publications Ltd.

- Rosyidah, W. (2022). Pengaruh Sikap Terhadap Brand Ambassador Korea Pada Citra Merek dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Scarlett Whitening) (Tesis, Universitas Gadjah Mada).
- Royan, F. (2004). Marketing Celebrities. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Salem, M. Z. (2018). Effects of Perfume Packaging on Basque Female Consumers Purchase Decision in Spain. *Management Decision* 56(8), 1748-1768. DOI: 10.1108/MD-04-2017-0363. Tersedia di www.emeraldinsight.com/0025-1747.htm.
- Sari, T. K. R. (2023). Head & Shoulders Kolaborasi MLBB Luncurkan Sampo Edisi Gatotkaca si Legenda Otot Kawat Tulang Besi. Grid.id. <https://nova.grid.id/read/053883314/head-shoulders-kolaborasi-mlbb-luncurkan-sampo-edisi-gatotkaca-si-legenda-otot-kawat-tulang-besi>
- Schindler, P. S. (2019). *Business Research Method*, 13th edition. McGraw-Hill, New York.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Promosi Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Soehadi, A.W. (2005). *Effective Branding*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono, E. dkk. (2021). *The Effect of Promotion Mix on Sales Performance Mediated by Customer Loyalty at Paul Bakery Kota Kasablanka Jakarta*. ENDLESS: Journal of Futures Studies, Vol 4, no 1.
- Sukoco, M. H. (2014) *Pengaruh Pemasaran Event terhadap Citra Merek Minuman Isotonik Mizone di Surabaya*. Jurnal Bisnis dan Manajemen (BISMA), Vol 7. Agustus 2014.
- Surakhmad, W. (1982). *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar*. Bandung : Teknik Tarsito.
- Umar, H. (1998). *Metode Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Weinstein, D., & Weinstein, M. (2003). Celebrity worship as weak religion. *Word and World*, h.294-302.
- Wibawa, R. D. (2022). Kesiapan Digital Mahasiswa untuk Beradaptasi dengan Kehumasan Digital (Survei Kesiapan dan Kecakapan Digital Mahasiswa Anggota Perhumas Muda Indonesia). (Skripsi UGM).
- Yaman, E. (2023). "16 Artis Korea Jadi Ambassador Brand Lokal Indonesia, Nomor 9 Bolak Balik ke Jakarta". Riau Post. <https://riaupos.jawapos.com/hiburan/22/07/2023/306202/16-artis-korea-jadi-ambassador-brand-lokal-indonesia-nomor-9-bolak-balik-ke-jakarta.html> .

Yunus, U. (2022). DIGITAL BRANDING: TEORI DAN PRAKTEK. Simbiosis
Rekatama Media.
[https://www.researchgate.net/publication/363923751_DIGITAL_BRAN
DING TEORI DAN PRAKTEK.](https://www.researchgate.net/publication/363923751_DIGITAL_BRANDING_TEORI_DAN_PRAKTEK)