

DAFTAR PUSTAKA

- Adaby, O. & Nurhadi. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Produk Erigo Apparel. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, Vol. 12 No. 1.
- Alistian. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Survei Pada Konsumen Scarlett di Toko Koleksi Tasik Termurah. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, Vol.1, No.5.
- Andarista, Hariyani & Fauzi. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Promosi Terhadap Minat Beli Brand Erigo Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Current Research in Business and Economics*, Vol 01 No 02.
- Assauri. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Depok: Rajawali Pers.
- Butar butar, E & Kusumawati, F. (2022). Pengaruh Park Seojun Sebagai Brand Ambassador dan Electronic Word Of Mounth terhadap Minat Beli Pada Blibli. *Jurnal Socialperti*, Vol.1, No.3 .
- Dinnie. (2015). *Nation Branding: Concept, Issues, Practice (2nd ed.)*. New York: Routledge.
- Dzulqarnain, I. (2019). Pengaruh Fitur Online Costumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Marketplace Shopee. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Donni Juni Priansa, (2017). *Perilaku Konsumen (Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer)*. Bandung : Alfabeta, h. 2.
- Doucett, Elisabeth. (2018). *Creating your Library Brand*. USA: The American Library Association.
- Deliyanti, Oentoro. (2017). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta, Lakbang: Pressindo.
- Farki. (2016). Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia. *Jumal Teknis Institut Teknologi Surabaya*.

- Fitriah. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek Planning dan Strategy*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Greenwood. (2017). *Fashion Marketing Communications Ebook*. USA: Wiley.
- Hendro, (2017). *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta : Erlangga, h. 375.
- Kotler, P dan Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler, P dan Keller, K.L. (2021). *Marketing Management Global Edition 16Th Edition*. Us: Pearson Education.
- Li, N. and Zhang, P. (2014). *Consumer online shopping attitudes and behavior.:* USA: An assessment of research.
- Malau. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Megawati, Nana Septi. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Minat Pembelian Pada Online Shop Lazada Pada Mahasiswa FEB UNILA). *Universita Negeri Islam Lampung*.
- Nugraha. J.,& Akhfar, M. (2021). Pengaruh Rating Terhadap Minat Beli Online Customer Pada Layanan Go-Food Melalui Aplikasi Gojek. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.10, No.1.
- Priansa. (2017). *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta.
- Ramadhan, G. & Aulia, P. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian (Pada Studi Kasus Arief Muhammad Sebagai Brand Ambassador Erigo. *E-Proceeding of Management* , Vol.9, No.4.
- Royan, Frans M. (2014). *Marketing Celebrities Selebriti dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri. Edisi Revisi*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo.

- Sadrabadi, A. N., Saraji, M. K., & MonshiZadeh, M. (2018). Evaluating the Role of Brand Ambassadors in Social Media. *Journal of Marketing Management and Consumer Behaviour*, 54-70.
- Savitri, Amilia. (2017). Pengaruh Brand Awareness, Brand Personality dan Brand Culture terhadap Pembentukan Brand Image pada Anggota AIESEC Local Committee Universitas Brawijaya Malang. *Simposium Unibraw IX*.
- Sitorus, Romli & Tingga. (2022). *Brand Marketing: The Art Of Branding*. Jakarta: Media Sains Indonesia
- Safitri, K. & Widiati, E. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Rating dan Kepercayaan Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Aplikasi Tokopedia. *Journal Manajerial*, Vol. 21, No.2.
- Shimp. (2017). *Advertising, Promotion, & Other Aspects of Integrated Marketing Communication*. United States: Cengage Learning.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RnD*. Bandung: Alfabeta.
- Thamrin. (2018). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Tendra, F.E.,& Agustion, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, promosi, dan Kemasan Terhadap Minat Beli Produk Bruschetta. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*.
- Tjiptono, Fandy. (2017). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.