

DAFTAR PUSTAKA

- Cece, I.S. (2015). Pengaruh Brand Origin, Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Minat Beli Sepatu Macbeth di SOGO Galaxy Mall Surabaya. *E-Jurnal Manajemen Kinerja*, Vol. 1, No. 2. pp. 101-110.
- Chung, S.S., Young, D.C., dan Seung, H.K. (2005). *The Korean Wave in Southeast Asia: An Analysis of Cultural Proximity and the globalisation of the Korean Cultural Products*.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gita, D., dan Setyorini, R. (2016). Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Image Perusahaan Online Zalora.co.id. *e-Proceeding of Management*, Vol. 3, No. 1, pp. 620-626.
- Keller, K.L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, Fourth Edition. United Kingdom: Pearson Education, Ltd.
- Kotler, P., dan Keller, K.L. (2016). *Marketing Management*. United Kingdom: Pearson Education, Ltd.
- Larasari, E., Lutfi, dan Damarwulan, L.M. (2018). Pengaruh Brand Ambassador Dan Event Sponsorship Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Produk Smartphone Vivo pada Mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*,
- Lestari, H., Sunarti., dan Bafadhal, A.S. (2019). Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Korean Wave* Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei *Online* Pada Konsumen Innisfree Di Indonesia Dan China). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 66, No. 1, pp. 67-78.
- Mudzakir, F. (2018). The Influence of Brand Ambassador Usage Toward Brand Image of Oppo. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*. Vol. 9, pp. 648-655.
- Ningrum, N.S. (2016). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen MD Clinic by Lazeta. *Jurnal Bisnis dan Iptek*, Vol. 9, No. 2, pp. 141-152.
- Randi. (2016). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Makanan Fast Food Ayam Goreng (Studi Pada Konsumen Texas Chicken Pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 3, No. 2, pp. 1-9.
- Raswen, R.N. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Blackpink Terhadap Citra Perusahaan Shopee Pada Mahasiswi Di Uin Suska Riau. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Vol. 6, No. 2, pp. 1-13.
- Rutha, P.E.P., Bakhtiar, T., dan Kirbrandoko. (2019). The Brand Ambassador Effectiveness on Brandimage Andpurchasing Decision For Oppo Fseries Smartphone. *International Journal of Business and Management Invention*. Vol. 8, No. 3, pp. 44-50.
- ..., dan Situmorang, S.H. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*. Vol. 5, No. pp. 286-298.



- Sakti, N.W. (2014). *Buku Pintar Pajak E-Commerce - Dari Mendaftar Sampai Membayar: Aspek Perpajakan pada Transaksi E-commerce di Indonesia*. Tangerang: VisiMedia.
- Salfina, L., dan Gusri, H. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Anak-Anak Studi Kasus Toko Rizky dan Afdal Pariaman. *Jurnal Indovisi Prefik*, Vol. 1, No. 1, pp. 83-100.
- Sekaran, U., dan Bougie, R. (2016). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Silmi, Z., Rachma, N., dan Hufron, M. (2019). Menguji Brand Image Sebagai Variabel Intervening Dalam Hubungan Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *e – Jurnal Riset Manajemen*, hal. 121-135.
- Simamora, B. (2005). *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sagia, A., dan Situmorang, S.H. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, Vol. 5, No. 2, pp. 286-298.
- Sterie, W.G., Massie, J.D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 7, No. 4, pp. 3139-3148.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Unaradjan, D.D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atmajaya.
- Wang, F., dan Hariandja, E.S. (2016). The Influence of Brand Ambassador on Brand Image and Consumer Purchasing Decision: A Case Of Tous Les Jours In Indonesia. *International Conference on Entrepreneurship*, pp. 292-306.
- Yasumoto, S. (2006). *The impact of the Korean Wave on japan: A case study of the influence of trans-border electronic communication and the trans-national programming industry*. Department of Japanese Studies, School of Languages and Cultures: The University of Sydney.
- Yolanda, R., dan Soesanto, H. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi FEB Universitas Diponegoro Semarang). *Diponegoro Journal of Management*. Vol. 6, No. 4, pp. 1-12.

