

DAFTAR PUSTAKA

- Ardana, Y. A., & Rastini, N. M. (2018). Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh E-Wom Terhadap Minat Beli Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*
- Arshada, M. S., & Aslam, T. (2015). The Impact of Advertisement on Consumer's Purchase Intentions. *SSRN Electronic Journal*
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Ati, P. S. U., Islamudin, & Finthariasari, M. (2020). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Elektronik Merek Polytron. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2017). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective* (11th ed.). McGraw-Hill Higher Education.
- Bethell, A. (n.d.). *The Influence of Body Positive Advertising on Self-Esteem , Purchase Intention and Brand Loyalty* .
- Cham, T. H., Ng, C. K. Y., Lim, Y. M., & Cheng, B. L. (2018). Factors influencing clothing interest and purchase intention: a study of Generation Y consumers in Malaysia*. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*
- Devi, L. K. I. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa di Surabaya)*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Dewi, L. G. P. S., Edyanto, N., & Hotlan, S. (2020). *The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantenen Shampoo in Surabaya, Indonesia*. 76(SHS Web Conference on Social Science and Humanities).
- Ediman, H., & Tajibu, K. (2020). Pengaruh Aktor Choi Siwon Sebagai Brand Ambassador Mie Sedap Korean Spicy Chicken Terhadap Minat Beli Mahasiswa. *Jurnal Mercusuar*
- Firmansyah, M. A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran* (Issue June).
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran melalui Desain Visual*. CV Budi Utama.
- Hakim, M., Lukitaningsih, A., & Susanto. (2019). Jurnal Ekobis Dewantara Vol. 2 No. 3 Desember 2019. *Jurnal Simplex*
- Hamzah, F. F. (2018). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Untuk Produk Indiehome Pada Pt. Telekomunikasi Indonesia Tbk Kota Makassar. *CESJ: Center Of Economic Students Journal*
- Ikhsani, K., & Ali, H. (2017). Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk,

Harga dan Kesadaran Merek (Studi Kasus Produk Teh Botol Sosro di Giant Mall Permata Tangerang). *Jurnal SWOT*

Indah, K., & Budiarmo, A. (2018). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Scoopy Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Nusantara Sakti di Kota Semarang)).

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principle of Marketing* (17th ed.). Pearson Education Limited.

Kotler, P., Keller, K. L., Goodman, M., Brady, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management*. Pearson Education.

Manalu, V. G., & Akbar, I. (2020). Analisis Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Minat Pembelian dan Kaitannya dengan Inisiasi One Village One Product di Kabupaten Kulingan. *Journal of Chemical Information and Modeling*

Mardiani, A. S., & Wardhana, A. (2018). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Bandung Kunafe Cafe. *E-Proceeding of Management*

Maulidi, R. A., & Yuliati, A. L. (2017). Pengaruh Tingkat Brand Awareness terhadap Minat Beli Apple iPhone. *ISEI Business and Management Review*

Nurunnisha, G. A., Roespinoedji, R., & Roespinoedji, D. (2021). Female Students Perceptions on The Effect of Country of Origin, Brand Ambassador on Purchase Intentions: A Study on The Geographical Origin of Tokopedia E-Commerce Company, Indonesia. *Review of International Geographical Education Online*

Pradana, Thoriq Anugrah Fatra & Yuliana, E. (2015). *Pengaruh Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen Jasa Reservasi Hotel Secara Online Pada Situs www.goindonesia.com*.

Putra, R., Beli, M., Minuman, P., Putra, R., Candraningrum, D. A., Ilmu, F., & Universitas, K. (2019). *Pengaruh Kampanye Cup of Courage Starbucks terhadap Minat Beli Produk Minuman Pink Voice di Starbucks Stasiun Jakarta Kota*.

Putri, A. N., Handayani, T., & Astuti, M. (2019). Pengaruh Iklan, Selebriti Pendukung dan Pemasaran dari Mulut ke Mulut Terhadap Kesadaran Merek pada Produk Mie Sedaap. *Jurnal Manajemen*

Putri, Y. I., Pradana, M., & Utami, F. N. (2021). *The Influence of Brand Ambassador on E-Commerce Purchase Intention. September 2020*

Rahayu, M. R. (2017). *MEMBANGUN BRAND AWARENESS PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH Riris Mey Rahayu Universitas Trunojoyo Madura*.

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Deepublish.

Millenia Martines, 2022

PENGARUH ADVERTISING CAMPAIGN, BRAND AMBASSADOR, DAN BRAND AWARENESS TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK VICTORIA'S SECRET

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

- Rosyadi, A. (2021). Peran Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Melalui Brand Awareness. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*
- Sabanoglu, T. (2021). *Net sales of Victoria's Secret worldwide from 2010 to 2020*
- Santoso, D. A., Erdiansyah, R., & Pribadi, M. A. (2018). *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Innisfree*
- Santoso, S. (2016). *Panduan lengkap SPSS versi 23*. Elex Media Komputindo.
- Sari, P. D. R., Manggabarani, A. S., & Husniati, R. (2020). *Pengaruh Brand Image, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Secara Online di Jakarta (Studi Pada Situs Belanja Online Zalora)*
- Shimp, A. T. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. (Muhammad Masykur, Ed.) (8th ed.).
- Shinta, N. R. T. (2020). Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Advertising Campaign, Serta Country of Origin Terhadap Minat Beli Pada Situs Tokopedia.Com. In *Journal of Chemical Information and Modeling*
- Stephanie, E., Rumambi, L. J., Sondang, Y., Si, S., Sc, M., Pemasaran, J. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2013). *Analisa pengaruh rio dewanto dan donita sebagai celebrity endorser terhadap minat beli produk axe anarchy dengan daya tarik iklan dan efek iklan sebagai variabel intervening*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Surianto, M. A., Setiawan, M., Sumiati, & Sudjatno. (2020). Cause-related marketing campaigns and repurchase intentions: The mediating role of brand awareness, consumer attitude and corporate image. *Management Science Letters*
- Tasnim, Andriasan, S., Martono, A., Nurhaini, M. R., Rahman, T., Nina, M., Budi, S. Y., Sudung, S., Hamidah, S. O., Liharman, S., Bonaraja, P., Maya, S., & Kusuma, D. I. (2021). *Komunikasi Pemasaran*.
- Trackalytics. (2021). *Victoria's Secret Track Analytic*. <https://www.trackalytics.com/instagram/profile/victoriasssecret/>
- Withanage, O. S., Fernando, P. I. N., & Fernando, A. (2019). *The Impact of Brand Exposure through Brand Ambassador on Consumer Purchasing Intention in Sri Lanka (With Special Reference to Millennial Audience)*.
- Wulandari, C. (2019). Pengaruh brand ambassador terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo F3 di Samarinda. *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman*

Yulia, farida, Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Issue April). Deepublish.