

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Akbar, P.S., & Usman. (2008). *Pengantar Statistika*. Bumi Aksara.
- Arikunto, S. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Azwar, S. (1998). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Pustaka Pelajar.
- Bungin & Burhan. (2008). *Analisa Data Penelitian Kualitatif*. Prenada Media Group.
- Clow, K. E., & Donald B. (2016). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*. Pearson.
- Doucett, E. (2008). *Creating Your Library Brand: Communicating Your Relevance And Value To Your Patrons*. ALA Editions.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. (1987). *Metodologi Research*. Andi Afset.
- Kasali, R. (2007). *Manajemen periklanan: Konsep dan Aplikasinya Di Indonesia*. PT. Pustaka Utama Grafiti.
- Kennedy, J. E., & Soemanagara, R. D. (2006). *Marketing communication: Taktik dan Strategi*. PT Buana Ilmu Populer.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 (Jilid 1)*. PT Indeks Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 (Jilid 1). Penerbit Erlangga.

- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. PT. Kencana Perdana.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Andi Offset.
- Gaynor, L. G., (2012). *Fashion Marketing Communications Ebook*. Wiley.
- Rakhmat, J. (2007). *Psikologi Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Royan, F. M. (2004). *Marketing Celebrities: Selebriti dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. PT. Elex Media Komputindo.
- Schiffman, L. G., & Kanuk L. (2000). *Consumer Behavior*. Fifth Edition. Prentice-Hall Inc.
- Severin, J.W., & James, W.T. (2011). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Prenada Media.
- Shimp, T. A., (2010). *Advertising Promotion and Other Aspects of Interated Marketing Communication 8th Edition*. Nelson Education
- Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. PT. Refika Aditama.
- Simamora, H. (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. STIE YKPN.
- Soekanto, S. (1982). *Sosiologi: Suatu Pengantar*. Rajawali Pers
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W., (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Pustaka Baru Press.
- Suryabrata, S. (2004). *Metodologi Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Sutisna, S. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Tan, A. S., (1981). *Mass Communication Theories and Research*. Grid Publishing Inc.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran Edisi Kedua*. Andi Offset.

Venus, A. (2004). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media

## **Jurnal**

Andrologi, F., & Sugiarto, Y. (2014). *Analisis Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty dan Dampaknya Terhadap Brand Equity*. Universitas Diponegoro.

Danaswari, D. (2015). *Instagram Sebagai Media Promosi Online Shop (Analisis Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Online Shop dan Istilah-istilah dalam Online Shop)*. Universitas Gadjah Mada.

Gita, D., & Setyorini, R. (2016). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Perusahaan Online Zalora.co.id*. Universitas Telkom.

Hartanti, A. (2018). *Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Maudy Ayunda Terhadap Brand Image Quipper Video*. Universitas Bakrie.

Kinanti, S. P., dkk. (2017). *Pengaruh Media Sosial Instagram @zapcoind Terhadap Brand Equity Zap Clinic*. Universitas Tarumanegara.

Kirana, L. C., Trijayanti R. T., & Sari Y. I. (2020). *Pengaruh Zaskia Adya Mecca Sebagai Brand Ambassador Dalam Instagram Meccanismofficialshop Terhadap Brand Image Meccanism*. London School of Public Relations.

Kusuma, B. A., & Putri, B. P. S. (2019). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Equity*. Universitas Putera Batam

Lailiya, N. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia*. Universitas Maarif Hasyim Latif.

Lawu, B. J. L. (2015). *Pengaruh Elemen Brand Knowledge dan Brand Equity terhadap Repurchase Intention*. Universitas Kristen Maranatha.

Masyita, D. A., & Yuliati, A. L. (2017). *Pengaruh Brand Ambassador Dian Sastrowardoyo Terhadap Brand Image Produk Makeup L'Oreal Paris (Studi Pada Konsumen L'Oreal Kota Bandung)*. Universitas Mercu Buana.

- Moriansyah, L. (2015). *Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents Dan Consequences Social Media Marketing*. Universitas Indonesia.
- Nindwalanju, E. & Wiratmojo Y. B. (2013). *Pengaruh Daya Tarik Brand Ambassador dan Daya Tarik Jingle Iklan Versi Iklan Televisi terhadap Keputusan Pembelian Magnum Classic di Kalangan Mahasiswa/i ISI Yogyakarta*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Pramudita, R. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorser Irfan Bachdim di YouTube Terhadap Brand Equity Go-Jek (Survei pada Mahasiswa ILKOM 2017-2018 Universitas Bakrie)*. Universitas Bakrie.
- Pratiwi, I., & Moeliono, N. N. K. (2015). *Pengaruh Celebrity Endorser Maudy Ayunda Terhadap Minat Beli Produk Teh Javana*. Universitas Telkom.
- Presilia, S. & Kurniasari, N. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador Atta Halilintar dan Saaih Halilintar terhadap Minat Beli*. Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis.
- Ratana, M. (2018). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Ekuitas Merek*. London School of Public Relations.
- Samosir, L. S., Putri, Y. R., & Nurfebriani, S. (2016). *Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra Terhadap Putusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Bandung*. Universitas Telkom.
- Saputro, A. (2018). *Pengaruh Digital Marketing dan Brand Ambassador dalam Membentuk Brand Identity sebagai Variabel Intervensi terhadap Purchase Intention Pada Produk Markobar*. Universitas Kristen Petra.
- Wijayanti, R. (2017). *Pengaruh Tayangan Iklan Televisi "Chips Ahoy!" Terhadap Ekuitas Merek (Studi Pada Anak-Anak Sd Negeri Gunung Batu 01 Bogor)*. Universitas Jenderal Soedirman.
- Yunanda, A. D. (2018). *Pengaruh Artis Iqbaal Ramadhan Sebagai Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness Ruang Guru.com*. Universitas Bakrie.

Yusiana, R., & Maulida, R. (2015). *Pengaruh Gita Gutawa Sebagai Brand Ambassador Pond's Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Telkom*. Universitas Telkom.

### **Sumber Lain**

<https://www.beritasatu.com/archive/461123/pemuda-harus-mengejar-mimpi-di-era-digital>. Diakses pada 26 Oktober 2021.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-instagram-di-indonesia-mayoritas-usia-berapa>. Diakses Pada 15 Maret 2022.

<https://www.kejarmimpi.id/komunitas-kejar-mimpi-by-cimb-niaga.html>. Diakses Pada 15 Maret 2022.

<https://mix.co.id/marcomm/brandactivation/menerjemahkan-brand-promise-cimb-niaga-melalui-gerakan-kejarmimpi/>. Diakses pada 26 Oktober 2021.