

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Belch, George E., Belch, Michael A.. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective (12th ed)*. New York, NY: McGraw-Hill Education.
- Doucett, E. (2008). *Creating your library brand: Communicating your relevance and value to your patrons*. American Library Association.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)* (Media Qiara, Ed.; 1st ed., Vol. 1). CV. Penerbit Qiara Media.
- Fitriyah, N., et al. (2023). *Metode Penelitian Ilmu Komunikasi*. Bandung: Widina Media Utama.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Griffin, Emory A., Ledbetter, Andrew, Sparks, Glenn Grayson. (2018). *A first look at communication theory* (10th Ed). New York: McGraw-Hill Education.
- Kotler, Philip, Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing management 15th ed.* (15th). Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Principles of Marketing*. (17th) Prentice Hall. Hoboken: Pearson Higher Education.
- Lea-Greenwood, Gaynor. (2013). *Fashion Marketing Communication*. New Jersey: Wiley.
- Rachmat, K. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media. Public relations, Advertising, Komunikasi organisasi, Komunikasi pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Rakhmat, J. (2021). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmawati, Y. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi*. Surabaya: Pratama Media Nusantara.
- Royan, Frans M. (2004). *Marketing Celebrities, Selebriti Dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: Media Komputindo.
- Littlejohn S.W., Foss K.A. (2009). *Encyclopedia Of Communication Theory*. Thousand Oaks, Calif. : Sage.
- Sangadji, E. M. & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Siregar, Syofian. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SpsS*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono, D. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Wardhana, Aditya. (2022). *Brand image dan Brand Awareness*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Hardani, et al. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.

Jurnal & Skripsi

- Adawiyah, K. R. (2018). Pengaruh *Brand* Ambassador Terhadap *Brand image* Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Nature Republic Aloe Vera 92% Soothing Gel di Kota Malang) (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Anandra, Q., Uljanatunnisa, U., & Cahyani, I. P. (2020). Analisis Elaboration Likelihood Theory Pada Kampanye “Go Green, No Plastic” Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 9(2), 96- 104.
- Angelique, M., Utami, C. W., & Gosal, G. G. (2021). Pengaruh Online Review & Customer Experience Terhadap *Brand image* & Purchase Intention di Painterest. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 468-469.
- Barata, R. M. (2021). Pengaruh *Brand* Ambassador Dalam Membangun *Brand image* Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembelian Ponsel Pintar Samsung A51). (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta).
- Gita, D., & Setyorini, R. (2016). Pengaruh *Brand* Ambassador Terhadap *Brand image* Perusahaan online zalora. co. id. *E-Proceeding of Management*, 3(3), 620-626.
- 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). *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 3(1), 41-47.
- Nurazhari, L., & Putri, Y. R. (2022). Pengaruh *Brand* Ambassador Blackpink Terhadap *Brand image* Tokopedia Periode 2021. *eProceedings of Management*, 9(3).
- Nada, A. M. N. (2020). Pengaruh *Brand* Ambassador Cristiano Ronaldo Dalam Kampanye” 9.9. Super Shopping Day” Terhadap *Brand image* Shopee. (Doctoral dissertation, Universitas Mataram).
- Pentury, L. V., Sugianto, M., & Remiasa, M. (2019). Pengaruh E-Wom Terhadap *Brand image* Dan Purchase Intention Pada Hotel Bintang Tiga Di Bali. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 5(1), 26-35.
- Kurniawan, F. J. (2014). Analisa Pengaruh Visibility, Credibility, Attraction, Dan Power Celebrity Endorser Terhadap *Brand image* Bedak Marcks Venus. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-8.
- Mukhoyyaroh, A. L. M. (2021). Pengaruh Online Consumer Review Oleh Beauty Vlogger Terhadap Purchase Intention Melalui *Brand image* (Studi pada Subscriber Beauty Vlogger di kota Malang). (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Malang).
- Nabilah, F. (2020). The effect of advertising attraction and *brand* embassy on Shopee purchase decisions. *International Journal of Management and Humanities (IJMH)*, 4(10).
- Sebastian, I. Y., Wardana, K. A., & Lestari, S. P. (2022). Pengaruh *Brand* Ambassador BTS dan *Brand* Trust terhadap *Brand image* Tokopedia: Survei pada Masyarakat Pengguna Marketplace Tokopedia di Kabupaten Ciamis. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(9), 3036-3041.
- Utomo, I. W. (2017). Pengaruh *Brand image*, *Brand* Awareness, Dan *Brand* Trust Terhadap *Brand* Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan Di Bsi Pemuda). *Jurnal Komunikasi*, 8(1).
- Wafiy, H. A., & Nurfebiaraning, S. (2020). Pengaruh *Brand* Ambassador Lucas

Wayv Terhadap *Brand image* Neocoffee. *eProceedings of Management*, 7(3).

Yanti, N. F., & Gusfa, H. (2022). Pengaruh *brand* ambassador Hamish Daud dan iklan terhadap *brand image* Clear. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 6(2), 263-280.

Yogie Prawira, R., Mulyana, S., & Wirakusumah, T. K. (2012). Hubungan Karakteristik *Brand* Ambassador Honda Spacy Helm-In dengan Tahapan Keputusan Pembelian Konsumen. *Students E-Journal*, 1(1), 27.

Zhora, M. (2016). Analisis Viscap Model Dalam Strategi Penggunaan Celebrity Endorser Guna Mempromosikan Program TV (Studi Pada Penggunaan Shaheer Seikh Sebagai Pemeran Utama Dalam Program Sinetron 'Cinta Di Langit Taj Mahal Season 1'Di ANTV)(Doctoral dissertation, Bakrie University).

Artikel

Agung, B. (2021, January 6). Penjualan Mobil Bekas Meningkatkan Selama Pandemi, Carro Bukan Pertumbuhan Bisnis [Review of Penjualan Mobil Bekas Meningkatkan Selama Pandemi, Carro Bukan Pertumbuhan Bisnis]. *Dailysocial.id*.

<https://dailysocial.id/post/penjualan-mobil-bekas-meningkat-selama-pandemi-carro-bukan-pertumbuhan-bisnis>

Ahdiat, A. (2023, March 15). Ini Pertumbuhan Jumlah Mobil di Indonesia 10 Tahun Terakhir [Review of Ini Pertumbuhan Jumlah Mobil di Indonesia 10 Tahun Terakhir]. *Databoks.katadata.co.id*.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/15/ini-pertumbuhan-jumlah-mobil-di-indonesia-10-tahun-terakhir>

Annur, C. M. (2021, October 13). Riset: Mayoritas Masyarakat Pilih Kendaraan Pribadi Pasca-Pandemi Covid-19. *Databoks.katadata.co.id*. Retrieved April 5, 2023, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/13/riset-mayoritas-masyarakat-pilih-kendaraan-pribadi-pasca-pandemi-covid-19>

Carsome. (n.d.). Tentang Kami. *Www.carsome.id*. Retrieved April 4, 2023, from <https://www.carsome.id/tentang-kami>

Dewi, I. R. (2022, May 11). Fenomena Menjamurnya Marketplace Online Jual Beli Mobil

Bekas. *CNBC Indonesia*. Retrieved April 7, 2023, from

<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220511120107-37-338091/fenomena-menjamurnya-marketplace-online-jual-beli-mobil-bekas>

Lukman, A. (2022, July 18). Disatukan oleh Semangat Tanpa henti: Menetapkan Standar Baru dengan Kolaborasi CARSOME x Cantona. *Carsome Indonesia*. <https://www.carsome.id/news/item/carsome-cantona-connection>

Novita, I (2023, March 9). Harga Lebih Kompetitif, Penjualan Mobil Bekas Melonjak

40 Persen pada 2022. (2023, March 9). *RepublikaOnline*.

<https://sindikasi.republika.co.id/berita/rr8uzc457/harga-lebih-kompetitif-penjualan-mobilbekas-melonjak-40-persen-pada-2022>

Otospeed.id. (2021, July 27). *Carsome Platform E-commerce Jual Beli Mobil*

Terbesar & Terpercaya. www.Otospeed.id. <https://otospeed.id/carsome-platform-e-commerce-jual-beli-mobil-terbesar-terpercaya>

Gaikindo (2022). Penjualan Mobil di Beberapa Negara Anggota ASEAN Januari-Agustus 2022 – GAIKINDO. (n.d.). [Www.gaikindo.or.id](http://www.gaikindo.or.id). Retrieved April 7, 2023, from <https://www.gaikindo.or.id/penjualan-mobil-di-beberapa-negara-anggota-asean-januari-agustus-2022/>

Indonesia, C. N. N. (2023, January 23). INFOGRAFIS: Rapor Penjualan Mobil Baru Indonesia 2022. Otomotif. Retrieved April 7, 2023, from <https://www.cnnindonesia.com/otomotif/20230121055951-590-903338/infografis-rapor-penjualan-mobil-baru-indonesia-2022>