

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, M. N. (2023). Pengaruh Kredibilitas Karin Novilda sebagai Celebrity Influencer Produk Liquid Vape “CANDU” terhadap Minat Beli Followers Instagram. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 7(1). <http://ojs.stiami.ac.id>
- Amiruddin, & Ishak, R. (2018). Prediksi Jumlah Mahasiswa Registrasi Per Semester Menggunakan Linier Regresi Pada Universitas Ichsan Gorontalo. *ILKOM Jurnal Ilmiah*, 10(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.33096/ilkom.v10i2.274.136-143>
- Anastasia AS. (2019, July). *Kripik Kentang Japota Diproduksi dengan Proses Hint-cut Technology*. [https://swa.co.id/swa/trends/kripik-kentang-japota-diproduksi-dengan-proses-hint-cut-technology#:~:text=PT%20Calbee%20Wings%20Food%20meluncurkan,Sea weed%20dan%20Happy%20Honey%20Butter](https://swa.co.id/swa/trends/kripik-kentang-japota-diproduksi-dengan-proses-hint-cut-technology#:~:text=PT%20Calbee%20Wings%20Food%20meluncurkan,Sea%20weed%20dan%20Happy%20Honey%20Butter).
- Annisa, N. (2022). *PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN BASO ACI AKANG TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI MASA PANDEMI COVID-19 (Survei Pada Followers Akun Instagram @basoaciakang)* [Skripsi]. UPNVJ.
- Aritonang, W., & Hasanah, R. (2022). Pengaruh Kredibilitas Endorser terhadap Sikap Khalayak pada Merk Head & Shoulders. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 8(1), 735–750. www.journal.uniga.ac.id/735
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2003). *Advertising and Promotion, An Integrated Marketing Communication Perspective* (Sixth). The McGraw-Hill Companies.
- Damayanti, R. (2020). Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser pada Sikap Konsumen Produk Kosmetik Bibir Merek Wardah. *Jurnal Universitas Gadjah Mada*, 1–73.
- Dewi, L. G. P. S., Edwanto, N., & Siagian, H. (2020). *The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia*. Petra Christian University.

- Firmansyah, D. W. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Media Sosial melalui Brand Ambassador pada Cakekinian. *Jurnal Ilmiah FEB*, 7(2).
- Gaynor Lea-Greenwood. (2012). *Fashion Marketing Communications*. John Wiley & Sons.
- Geraldine, G., & Candraningrum, D. A. (2020). *Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador Non-Celebrity Analisa Widyaningrum terhadap Keputusan Pembelian Hijabenka*.
- Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and Persuasion*.
- Ichwan, N. A. R., & Irwansyah. (2021). Pesan Persuasi Beauty Influencer Pada Akun Youtube Tasya Farasya dalam Keputusan Pembelian Produk Kecantikan: Studi Penerapan Elaboration Likelihood Model. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18–33.
- Immaculata, M. A., & Utami, L. S. S. (2021). Pengaruh Popularitas Brand Ambassador NCT 127 terhadap Minat Beli Produk Nu Green Tea. *Jurnal Prologia*, 5(2), 261–266.
- Imran, H. A. (2017). PERAN SAMPLING PERAN SAMPLING DAN DISTRIBUSI DATA DALAM PENELITIAN KOMUNIKASI PENDEKATAN KUANTITATIF (THE ROLE OF SAMPLING AND DATA DISTRIBUTION IN COMMUNICATION RESEARCH QUANTITATIVE APPROACH). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 21(1), 111–126.
- Instagram.com/japotaid. (2023). *Postingan Instagram @japotaid*.
- Iswanto, A. F., & Sanaji, S. (2021). Pengaruh Perbedaan Karakteristik Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ruangguru. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 380.
- Jakmin. (2023, July 27). *Jakpat Chart Top 7 Keripik Kentang*. <https://jakpat.net/info/jakpat-chart-top-7-keripik-kentang/>
- Janna, N. M. (2021). KONSEP Uji Validitas dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS. *Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Dakwah Wal-Irsyad*.

- Japota Indonesia. (2021, June 3). *Calbee Wings Luncurkan Japota Rasa Ayam Bawang, dan Memperkenalkan Brand Ambassador Adipati Dolken*. <https://wingscorp.com/calbee-wings-luncurkan-japota-rasa-ayam-bawang-dan-memperkenalkan-brand-ambassador-adipati-dolken/>
- Japota Indonesia. (2023). *Media Sosial Japota*. [instagram.com/japota.id](https://www.instagram.com/japota.id)
- JKT48.com. (2024). *JKT48 menjadi Brand Ambassador*. [jkt48.com](https://www.jkt48.com)
- Jurnaiti, Lubis, A. R., & Hafasnudin. (2017). Pengaruh Consumer Involvement, Kredibilitas Sumber Informasi dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Pada Konsumen Obat Pada Apotek Di Kota Banda Aceh). *Jurnal Perspektif Manajemen Dan Perbankan*, 8(3).
- Khalisha, S. P. (2023). *KOMUNIKASI FANS JKT48 MELALUI PRIVATE MESSAGE (STUDI FENOMENOLOGI MENGENAI PENGALAMAN KOMUNIKASI FANS KEPADA IDOL JKT48)* [Skripsi]. UPN Veteran Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (1st ed., Vol. 13). Erlangga.
- Kusuma, I. R., & Wijaksana, T. I. (2021). PENGARUH KREDIBILITAS BRAND AMBASSADOR IQBAAL RAMADHAN TERHADAP MINAT BELI RUANGGURU DI INDONESIA. *E-Proceeding of Management*, 8(5), 6172.
- Larasati, S., & Gilang, A. (2014). Pengaruh Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan Wilayah Telkom Jabar Barat Utara (Witel Bekasi) Sindi Larasati Alini Gilang. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 5(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Livia, A., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179–188. <https://doi.org/https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Mardiani, A. S., & Wardhana, A. (2018). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN BANDUNG KUNAFE CAKE THE EFFECT OF BRAND AMBASSADOR TOWARDS BUYERS INTEREST OF BANDUNG KUNAFE CAKE*. 5(2), 2577.

- Morrisan M.A. (2015). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana.
- Muslim, M. (2018). Varian-Varian Paradigma, Pendekatan, Metode, dan Jenis Penelitian Dalam Ilmu Komunikasi. *Media Bahasa, Sastra, Dan Budaya Wahana*, 1(10). <https://doi.org/10.33751/wahana.v1i10.654>
- Naomi, I. P., & Ardhiyansyah, A. (2021). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP BRAND IMAGE PADA E-COMMERCE INDONESIA*. 1(1), 38–44.
- Nasution, H. F. (2016). Instrumen Penelitian Dan Urgensinya Dalam Penelitian Kuantitatif. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 4(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.24952/masharif.v4i1.721>
- Nguyen, N. T. (2021). The Influence of Celebrity Endorsement on Young Vietnamese Consumers' Purchasing Intention*. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 951–960. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no1.951>
- Noor, H. F. (2010). *Ekonomi Media*. PT Rajagrafindo Persada.
- Overseasidol.com. (2022a). *Data Penggemar JKT48 per Tahun 2022*. <https://overseasidol.com/statistik-data-jkt48-disampaikan-penggemarnya-berjumlah-kurang-lebih-15-juta/>
- Overseasidol.com. (2022b). *Data Penggemar JKT48 per Tahun 2022*. <https://overseasidol.com/statistik-data-jkt48-disampaikan-penggemarnya-berjumlah-kurang-lebih-15-juta/>
- Pantau.com. (2022, January 17). *Bikin Heboh, Bos Garuda Indonesia Minta Semua Snack Gambar Kaesang Ditarik*. <https://www.pantau.com/nasional/110231/bikin-heboh-bos-garuda-indonesia-minta-semua-snack-berwajah-kaesang-ditarik>
- Prof Dr. Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Qurratu'aini, N., Nursanti, S., & Oxygentri, O. (2021). Pengaruh Choi Siwon Pada Iklan Mie Sedaap Korean Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Generasi Z. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 5(1), 31–41.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu* (Vol. 1). Erlangga.

- Sitaniapessy, R. H. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Teori, Konsep, dan Strategi* (1st ed.). Literasi Nusantara.
- socialblade. (2023, November). *Statistik Followers Instagram Japota*.
<https://socialblade.com/instagram/user/japota/monthly>
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari—April 2018). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.
- Suryana, A. (2002). *Konsep-Konsep Dasar Komunikasi Pemasaran*. Universitas Terbuka.
- Tribunnews Writer. (2019, July 13). *Calbee Wings Luncurkan Japota, Keripik Kentang Rasa Umami Japanese Seaweed dan Happy Honey Butter*.
<https://www.tribunnews.com/bisnis/2019/07/13/calbee-wings-luncurkan-japota-keripik-kentang-rasa-umami-japanese-seaweed-dan-happy-honey-butter>
- Ulfa, R. (2021). Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan. Al-Fathonah. *Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, 1(1), 342–351.
- Ulfah, D., Siahaan, R., & Rochim, M. (2019). Hubungan antara Kredibilitas Rachel Venny sebagai Influencer di Instagram dengan Sikap Followers. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 5(2).
- Wachyuni, S. S., & Priyambodo, T. K. (2020). The influence of celebrity endorsement in restaurant product purchase decisions making. *International Journal of Management, Innovation & Entrepreneurial Research*, 6(2), 45–54.
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Yasir. (2020). *Pengantar Ilmu Komunikasi: Sebuah Pendekatan Kritis dan Komprehensif*.
- Yoebrilanti, A. (2018). Pengaruh promosi penjualan terhadap minat beli produk fashion dengan gaya hidup sebagai variabel moderator (Studi Kasus Pada Jejaring Sosial). *Jurnal Manajemen*, 8(1).