

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, A., Bastikarana, R. S., Ramadhanti, A. R., & Widiyanesti, S. (2020). Recognizing Personality from Social Media Linguistic Cues: A Case Study of Brand Ambassador Personality. *2020 8th International Conference on Information and Communication Technology (ICoICT)*, 1–5.
- Antony, R., & Oktavianti, R. (2020). Pengaruh kredibilitas komunikator terhadap keputusan pembelian (survei terhadap produk ahha atta halilintar). *Prologia*, 4(1), 153–159.
- Aulia, N. R. R. (2023). Pengaruh Strategi Digital Marketing Communication, Daya Tarik Brand Ambassador, dan Penerapan Sistem Investasi Tematik Berbasis Aplikasi Terhadap Minat Berinvestasi Generasi Z Pada PT Ajaib Sekuritas Asia (Analisis Structural Equation Model-Part Least Square). *Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia*.
- Cahyaningtyas, Y. K., Setyabudi, D., & Manalu, S. R. (2021). Hubungan Intensitas Mengakses Instagram Ajaib dan Daya Tarik Brand Ambassador Ajaib dengan Minat Menggunakan Ajaib sebagai Aplikasi Investasi Online. *Interaksi Online*, 9(4), 106–115.
- Dasuki, I., & Wahid, U. (2020). Penggunaan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran untuk Membangun Brand Awareness saat Pandemi Covid-19. *PARAHITA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(2), 47–54.
- Elvina, A., Nugroho, N., Hutabarat, F. A. M., Ivone, I., & Ciamas, E. S. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembeli (Di Platform E-Commerce Shopee Dan Tokopedia). *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(1), 12–16.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Jasa (strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan). Deepublish.
- Firmansyah, A. (2020). Komunikasi pemasaran. *Pasuruan: Qiara Media*, 3.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi ke-9*.
- Hidayah, M. N. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador Celebrity Deddy Corbuzier Terhadap Minat Beli Investasi pada Aplikasi Bibit (Survey Profesional Muda Generasi Z di Kecamatan Kembangan)*. Universitas Mercu Buana Jakarta.
- Inamullah, M. A. (2023). *Pengaruh Kredibilitas YouTuber Raditya Dika Terhadap Minat Generasi Z Berinvestasi di Pasar Modal*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Iswanto, A. F., & Sanaji, S. (2021). Pengaruh Perbedaan Karakteristik Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ruangguru. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 380.
- Jefuna, N., & Erdiansyah, R. (2022). Pengaruh Citra Merek, Brand Trust dan Brand Awareness terhadap Loyalitas Merek Aplikasi Investasi Reksadana Bibit. id di Kalangan Generasi Z. *Kiwari*, 1(1), 119–126.
- Kartawinata, B. R., & Maharani, T. S. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Deddy Corbuzier dan Brand Awareness Terhadap Minat Generasi Z dalam Berinvestasi di Bibit *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(2), 1034–1049.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi kreatif dalam periklanan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Prentice Hall. <https://books.google.co.id/books?id=OYjntgAACAAJ>
- LIANA, T. R. I. M. M. E. I., & PURBA, D. R. (2021). Pengaruh kredibilitas influencer, harga, dan media sosial terhadap minat beli di tokopedia (studi kasus pada masyarakat kota medan). *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 6(4), 143–149.
- Lucas, D. B., & Britt, S. H. (2012). *Measuring Advertising Effectiveness: McGraw Hill Series in Marketing and Advertising*. Literary Licensing, LLC. <https://books.google.co.id/books?id=VdN2MAEACAAJ>

- Maharani, T. S., & Widodo, A. (2023). The Impact of Brand Ambassador on Investment Interest: The Mediating Effects of Brand Awareness and Brand Trust. *Proceeding of International Conference on Innovations in Social Sciences Education and Engineering*, 3, 72.
- Megayani, M. (2022). Perbandingan Pengaruh Brand Ambassador BTS Dengan Blackpink Terhadap Minat Beli Pada Tokopedia Menggunakan Mann Whitney U-Test. *STEL*.
- Nugraha, Y. S. (2023). Pengaruh Kredibilitas Narasumber dalam Konten Video Reksadana Kanal YouTube Raditya Dika terhadap Minat dan Keputusan Generasi Z Berinvestasi Reksadana (Studi Eksplanatif pada Investor Generasi Z di Surakarta). *S1 thesis, Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.
- Ohanian, R. (1990). Construction and validation of a scale to measure celebrity endorsers' perceived expertise, trustworthiness, and attractiveness. *Journal of advertising*, 19(3), 39–52.
- Pajar, R. C., & Pustikaningsih, A. (2017). Pengaruh motivasi investasi dan pengetahuan investasi terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa FE UNY. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 5(1).
- Prasetyo, B. D., Febriani, N. S., Asmara, W. W., Tamitiadini, D. D., Destriy, N. A., Avina, D. A. A., & Illahi, A. K. (2018). *Komunikasi pemasaran terpadu: pendekatan tradisional hingga era media baru*. Universitas Brawijaya Press.
- Prilia, I., & Ardhiyansyah, A. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Pada E-Commerce Indonesia. *SENMABIS: Conference Series*, 38–44.
- Rosi, F., & Andjarwati, A. L. (2013). Analisis perbandingan pengaruh endorser terhadap sikap pada merek Shampo Sunsilk dan Shampo Pantene. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 6(1), 32–40.
- Royan, F. M. (2004). *Marketing celebrities*. Elex Media Komputindo.

- Rusli, P. P. (2021). Perbandingan Efektivitas Brand Ambassador Internasional dan Nasional (Studi Kasus Brand Ambassador BLACKPINK dan Didi Kempot pada Shopee). *S1 thesis, Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Sabrina, N., Azwar, A., & Sofa, N. (2017). Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador Selebriti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Iklan Wardah Versi Dewi Sandra (Studi Kasus Mahasiswi Uin Jakarta Fakultas Ekonomi Dan Bisnis). *EPIGRAM (e-journal)*, 14(2).
- Saputra, D. (2018). Pengaruh manfaat, modal, motivasi dan edukasi terhadap minat dalam berinvestasi di Pasar Modal. *Future: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 5(2), 178–190.
- Shimp, T. A. (2003). Periklanan Promosi Komunikasi Pemasaran. *Terpadu, edisi ke, 5*.
- Smith, B. G., Kendall, M. C., Knighton, D., & Wright, T. (2018). Rise of the brand ambassador: Social stake, corporate social responsibility and influence among the social media influencers. *Communication Management Review*, 3(01), 6–29.
- Sugiharto, S. A., Ramadhana, M. R., Psi, S., & Psi, M. (2018). Pengaruh kredibilitas influencer terhadap sikap pada merek (studi pada mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom). *Jurnal ilmu politik dan komunikasi*, 7(2).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sulistyowati, N. W. (2015). Pengaruh motivasi ekstrinsik dan prestasi belajar akuntansi terhadap minat investasi dan keputusan investasi mahasiswa FE program studi akuntansi UNESA. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 3(1), 76–90.
- Tasya, T., & Tamburian, H. H. D. (2022). Pengaruh Kredibilitas Raditya Dika terhadap Citra Merek Bibit. *Prologia*, 6(2), 341–348.

- Utami, S. P., Setyowati, N., & Mandasari, P. (2020). Celebrity brand ambassador and e-WOM as determinants of purchase intention: A survey of Indonesian celebrity cake. *E3S Web of Conferences*, 142, 05001.
- Wibowo, A. (2019). Pengaruh pengetahuan investasi, kebijakan modal minimal investasi, dan pelatihan pasar modal terhadap minat investasi (Studi kasus mahasiswa FE Unesa yang terdaftar di Galeri Investasi FE Unesa). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1), 198.
- Winoto, Y. (2015). Penerapan teori kredibilitas sumber (source of credibility) dalam penelitian-penelitian layanan perpustakaan. *EduLib*, 5(2).
- Yusiana, R., & Maulida, R. (2015). Pengaruh Gita Gutawa sebagai brand ambassador pond's dalam mempengaruhi keputusan pembelian (studi kasus pada mahasiswi Universitas Telkom jurusan D3 manajemen pemasaran). *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 311–316.