

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia Marista. S. (2024). *11 Manfaat Yoghurt untuk Kesehatan, Bukan Hanya Pencernaan*. Diakses dari <https://hellosehat.com/nutrisi/fakta-gizi/manfaat-yogurt/>
- Agus, T. H. (2025). *Daftar Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Terbaru, Siapa yang Paling Banyak?*. Diakses dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-7854501/daftar-jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-terbaru-siapa-yang-paling-banyak>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi). Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Metadata Indikator Sensus Penduduk 2022: Klasifikasi Kelompok Umur*.
- Diansyah, R., Endang, A., & Risdianto, B. (2021). Persuasive Communication Customer Complaints Information and Counseling Unit RSUD Dr. M. Yunus Bengkulu On Patient Problems (Case study at M. Yunus Bengkulu Hospital). *Jurnal ISO*, 3(1). <https://doi.org/10.53697/iso.v3i1>
- Elita, R. F. M., Mirawati, I., & Chaidir, M. F. (2024). Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador terhadap Minat Beli Cessa Natural Essential Oil Roll On. *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 1(4), 117-126.
- Erfah, N. (2020). *Hampir 9 Tahun Berkarier, JKT48 Masih Hits Gak Sih?*. Diakses dari <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/infografis-hampir-9-tahun-berkarier-jkt48-masih-hits-gak-sih-00-19lfc-2g9dr0>
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30-42.
- Fatihah, S. K. N., & Ratnasari, I. (2024). Pengaruh Live Streaming dan Brand Ambassador Engagement terhadap Keputusan Pembelian Erigo: Studi

- Kasus Penggemar Grup Idola JKT48 terhadap Produk Erigo di Karawang. *Economic Reviews Journal*, 3(3), 1206-1216.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. Qiara Media.
- Geraldine, G., & Candraningrum, D. A. (2020). Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador Non-Celebrity Analisa Widyaningrum terhadap Keputusan Pembelian Hijabenka. *Prologia*, 4(1), 25-33.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi ke-9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafilah, E., Chaer, V., & Usman, O. (2019). *The effect of brand ambassador, brand image, product quality, and price on purchase decisions Samsung smartphones*. SSRN Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3314080>
- Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and Persuasion: Psychological studies of opinion change*. Yale University Press.
- Husein, N., Saidin, & Halika, L. O. H. (2024). *Komunikasi Pemerintahan Dalam Kajian Teoritis*. CV. Azka Pustaka.
- Immaculata, M. A., & Utami, L. S. S. (2021). Pengaruh Popularitas Brand Ambassador NCT 127 terhadap Minat Beli Produk Nu Green Tea oleh Konsumen. *Prologia*, 5(2), 261-266.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 3.0: From Products to Customers to The Human Spirit*. Springer Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-10-7724-1_10
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Lea-Greenwood, G. (2013). *Fashion Marketing Communication*. John Wiley & Sons.

- Lucas, D. B., & Britt, S. H. (2012). *Measuring Advertising Effectiveness*. Literary Licensing, LLC.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Megawati, L. (2024). Pengaruh JKT48 Sebagai Brand Ambassador Erigo Apparel Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(4), 103-115.
- Merdeka.com. (2025). *Survei: Gen Z Ternyata Lebih Percaya Review Influencer Dibanding Iklan Tradisional*. Diakses dari <https://www.merdeka.com/uang/survei-gen-z-ternyata-lebih-percaya-review-influencer-dibanding-iklan-tradisional-278742-mvk.html>
- Nindya, A. (2023). Pengaruh Penggunaan Fitur Reels Pada Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Kedai Kopi TMLST. *IKON: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 28(2), 112-128.
- Nutrisius. (2025). *Tren Minuman Kesehatan 2025 Untuk Hidup yang Lebih Sehat*. Diakses dari <https://nutrisius.co.id/tren-minuman-kesehatan/>
- Pingkan, A. (2025). *Bentrok Fans Vs Manajemen JKT48, Berawal dari Mana?*. Diakses dari <https://www.detik.com/pop/music/d-8036968/bentrok-fans-vs-manajemen-jkt48-berawal-dari-mana>
- Prasetya, A., Ihsani, R. K., & Pribadi, M. (2020). The Big Five Personality dengan Minat Beli Gamis pada Mahasiswi yang dimoderatori Oleh Persepsi terhadap Kualitas Produk. *Psyche 165 Journal*, 13(1), 107-131.
- Putri, N. R., & Lukmantoro, T. (2025). Pengaruh Tingkat Persuasif Konten Influencer Tasya Farasya Pada Media Sosial Tiktok dan Intensitas Membaca Online Customer Review terhadap Minat Beli Produk Maybelline Superstay Vinyl Ink. *Interaksi Online*, 13(3).
- Setyawan, D., Noliana, M. S. P., & Yulandari, A. (2021). Efek Kredibilitas dan Kemenarikan Selebgram dalam Mempengaruhi Niat Beli Konsumen.

Abigail Febriannie, 2026

PENGARUH KREDIBILITAS BRAND AMBASSADOR JKT48 TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KIN YOGURT (SURVEI PADA PENGIKUT INSTAGRAM @KINDAIRYID)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi
[www.upnvj.ac.id-www.libraryupnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

Journal of Business and Information Systems (e-ISSN: 2685-2543), 3(2), 108-119.

Sihotang, H. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pusat Penerbitan dan Percetakan Buku Perguruan Tinggi Universitas Kristen Indonesia Jakarta.

<http://www.nber.org/papers/w16019>

Sinambela, L. P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Graha Ilmu.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Upgraded.id. (2025). Data Jumlah Pengguna Instagram di Tahun 2025. Diakses dari <https://upgraded.id/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>

Wibowo, S. N., & Saino, S. (2024). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Erigo terhadap Minat Beli pada Aplikasi Tiktokshop. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 12(3), 356-364.