

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- _____. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Heruji Purwoko. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kusrianto, A. (2010). *Menyusun layout iklan dengan Corel Draw*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Lee, M. & Johnson, C. (2007). *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Edisi Pertama. Terjemahan oleh Haris Munandar dan Dudy Priatna. Jakarta: Prenada Media.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Morissan, M. A. (2007). *Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Ramdina Prakarsa.
- _____. (2010). *Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Mulyana, D. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Prasetyo, B. & Miftahul L. J. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Hal 41.
- Shimp, A. T. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi*

- Pemasaran Terpadu*. (Edisi 5) Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- _____. (2003). *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga. Hal 460.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana Prenada Media. Hal 10.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Hal 40.
- _____. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Suyanto, M. (2007). *Strategi Management*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Venus, A. (2018). *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Widyatama R. (2006). *Bias Gender Dalam Iklan Televisi*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- _____. (2007), *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.

Artikel dari Internet

Widowati, H. (2019). *Indonesia Jadi Negara Dengan Pertumbuhan E-commerce Tercepat di Dunia*. Diakses pada 28 Maret 2020, dari:

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>

Pratama, Y. (2019). *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa*. Diakses pada 28 Maret 2020, dari:

<https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>

Jayani, D. H. (2019). *Inilah 10 E-commerce Dengan Pengunjung Terbesar*. Diakses pada 29 Maret 2020, dari:

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/22/inilah-10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar>

Iprice.co.id. (2019). *Peta E-commerce Indonesia*. Diakses pada 29 Maret 2020, dari:

<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>

Liputan6.com. (2020, 30 Maret). *Belanja E-commerce di Televisi Naik*. Diakses pada 30 Maret 2020, dari:

<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4108026/belanja-iklan-e-commerce-di-televisi-naik>

Lidwina, Andrea. (2020). *Televisi Media Paling Banyak Dikonsumsi Milenial Indonesia*. Diakses pada 30 Maret 2020, dari:

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/01/16/televisi-media-paling-banyak-dikonsumsi-milenial-indonesia>

Tokopedia.com. (2019). *Tokopedia Umumkan BTS Sebagai Brand Ambassador*. Diakses pada 09 April 2020, dari:

<https://www.tokopedia.com/blog/tokopedia-announces-bts-as-the-companys-brand-ambassador/>

Teknorus.com. (2019). *Data Peluang Perkembangan Bisnis di Indonesia 2019*. Diakses pada 02 Mei, dari:

<https://teknorus.com/data-peluang-perkembangan-bisnis-ecommerce-di-indonesia/>

Insertlive.com. (2020). *Inilah 40 Penghargaan Utama BTS Sejak Debut Hingga Sekarang*. Diakses pada 22 Mei 2020, dari:

<https://www.insertlive.com/korea/20200201184453-191-79058/inilah-40-penghargaan-utama-bts-sejak-debut-hingga-sekarang/5>

Indozone.id. (2020) Go International Ini Deretan Prestasi Ynag Diraih BTS. Diakses pada 22 Mei 2020, dari:

<https://www.indozone.id/music/DNs7O6/go-international-ini-deretan-prestasi-yang-diraih-bts/read-all>

Penelitian Terdahulu:

Skripsi

Genio, D, E. (2019). Pengaruh Kredibilitas Cristiano Ronaldo Terhadap Brand Awareness

Shopee Indonesia. *Skripsi*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Jakarta

Nurani, P. (2015). Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador Band Noah dalam Iklan

Vaseline Men Terhadap Keputusan Membeli Produk. *Skripsi*. Universitas Sultan Agung Tirtayasa. Banten

Triawan, D. (2011). Pengaruh Daya Tarik Endorser (Sherina) Dalam Iklan Terhadap Brand

Image Produk Simpati. *Skripsi*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta. Yogyakarta

Prosiding

Gustom, S. B, Dan D. Sari. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Blackpink Terhadap Brand Image E-commerce Shopee. *eProcidings of Management* No.2 Vol. 6. Agustus. Telkom University: 4049

Jurnal

Hardiyanto. (2009). Perencanaan Kreatif Periklanan. *Jurnal Universitas Mercubuana*, 7(1) : 4-14

Kozinets, R, V., et al. (2010) "Networked narratives: Understanding word-of-mouth marketing in online communities." *Journal of marketing*, 74(2): 71-89.

Jatmiko, R, M. (2013). Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan*. 4(1): 2086-3748