

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. W. (2014). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Doucett, E. (2008). *Creating Your Library Brand, Communicating Your Relevance and Value to Your Patrons*. Chicago: American Library Association.
- Dr. Sandu Siyoto, S. M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Emory, G. L. (2015). *A First Look At Communication Theory*. Singapore: McGraw-Hill Education.
- Febriana, L. (2016). *The Influence Of Word Of Mouth Communication Towards Brand Image Of Iphone*. Riau: University Of Riau.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: BPF Universitas Diponegoro.
- Greenwood, L. G. (2013). *Fashion Marketing Communication*. Joh Wiley & Sons, Ltd.
- Hamum, I. A. (2017). *Pengaruh Brand Ambassado Tatjana Saphira terhadap Brand Image Wardah*. Jakarta: Universitas Bina Nusantara.
- Heppiana Lestari, S. A. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador dan Korean Wave Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Juliandi A, I. M. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi*. Medan: UMSU Press.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management Building, Measuring and Managing Brand Equity: 4th Edition*. Pearson.
- Kotler, P. &. (2015). *Marketing Management. 15th Edition* Pearson.
- Kriyantono. (2012). *Public Relations & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis & Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Lienata, S. (2020). *Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @Haus.Indonesia terhadap Brand Image*. Tangerang: UMN.
- Malinda, M. d. (2011). *Pengantar Pasar Modal. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi.
- Mardiyah, N. (2010). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Sabun Lux*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Perloff, R. M. (2017). *The Dynamics of Persuasion Communication and Attitudes in The 21 Century Sixth Edition*. New York: Routledge.

- Qalbi, F. R. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador Abraham Damar Grahita terhadap Brand Image Ardiles*. Jakarta: Universitas Dr Moestopo.
- Setiawaty, M. (2015). *Penggunaan Maudy Koesnaedi Sebagai Celebrity Endorser Dalam Iklan Televisi L'oreal Fall Repair 3x Terhadap Brand Image L'oreal di Surabaya*. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Shimp, T. a. (2010). *Advertising, Promotion and Other Aspects Of Integrated Marketing Communication South Western Cengage Learning*. USA.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Bani Press.
- Supranto. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tari, D. N. (2020, Agustus 10). *Tumbuh 22 Persen, Investor Pasar Modal Tembus 3 Juta Akun*. Retrieved from market.bisnis.com: <https://market.bisnis.com/read/20200810/7/1277162/tumbuh-22-persen-investor-pasar-modal-tembus-3-juta-akun>
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi Kedua*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Widyastuti, R. A. (2020, December 30). *Bisnis.com*. Retrieved from bisnis.tempo.co: <https://bisnis.tempo.co/read/1418718/ajaib-sekuritas-gandeng-aktor-drakor-start-up-kim-seon-ho-jadi-brand-ambassador>