**DAFTAR PUSTAKA**

Agus Sriyanto, Aris Wahyu Kuncoro, (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.

Anwar, Sanusi. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*.Jakarta: Salemba Empat.

Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

Ayu Sagia, Syafrizal Helmi Situmorang, SE, Msi, (2018). ”Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera”. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*. 5, (2), 286-298.

Doucett, Elisabeth. (2008). *Creating your Library Brand*. USA: The American Library Association.

Fajar Laksana. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Felicia Wang, Evo Sampetua, (2016). “The Influence Of Brand Ambassador On Brand Image And Consumer Purchasing Decision: a Case Of Tous Les Jours In Indonesia”. *International Conference on Entrepreneurship.* 292-306.

Gita Puji Destiani, Marheni Eka Saputri, (2020). “Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Mie Sedaap Korean Spicy Chicken Di Bandung”. *e-Proceeding of Management*. 7, (1), 19-22.

Heppiana Lestari Sunarti Aniesa Samira Bafadhal, (2019). “Pengaruh Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keptusan Pembelian (Survei Online Pada Konsumen Innisfree Di Indonesia Dan China)”. *Jurnal Administrasi Bisnis* *(JAB)*. 66, (1) 67-78.

Inda Liya, Heru Budiono, Karmila & Vicky F Sanjaya, (2021). “Pengaruh Hallyu Wave, Brand Ambassador, Brand Image Dan WOM Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Sedap Selection Korean Spicy Chiken”. *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*. 2, (1), 11-17.

Lea-Greenwood, Gaynor. (2012). *Fashion Marketing Communication*. USA: Wiley.

Ligia Stephani Samosir, Yuliani Rachma Putri, Sylvie Nurfebiaraning, (2016). “Pengaruuh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra Terhadap Putusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Bandung”. *Jurnal Sosioteknologi*. 15, (2), 233-240.

Lutfia Siskhawati , Hutomo Atman Maulana, (2021). “The Influence Of Brand Ambassador And Korean Wave On Purchase Decision For Neo Coffee Products”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 24, (1), 1-7.

Muhammad Ikhsan Putra Suharyono Yusri Abdillah, (2014). “Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada pengguna LINE di Asia)”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB).* 12, (1), 1-10.

Prof. Dr. Thamrin Abdullah & Dr. Francis Tantri. (2018), *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.

Royan, Frans M. (2004). *Marketing Selebrities, Selebriti Dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: Media komputindo.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Winarno, Surahmad. (2012). *Pengantar Penelitian Sosial Dasar Metode Tehnik.* Bandung : Penerbit Tarsito.

Wua Gloria Sterie James D. D Massie Djurwati Soepono, (2019). “Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkmsel Di Manado”. *Jurnal EMBA*. 7, (4), 3139-3148.