

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

- Greenwood, L. (2012). *Fashion Marketing Communication*. Ebook. Somerset, NJ, USA: Wiley
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. Keller, K,L., (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, P. Keller, K,L., (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Morissan. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Putra Media Group
- Royan, M (2004). *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Sarwono, S., Effedi, U., Batubara, A. (2016). *Psikologi Konsumen*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Situmorang, S., Lutfi, M. (2012). *Analisis Data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Medan: USU Press
- Shimp, A. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan dan Promosi Edisi 8*. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta CV
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran Edisi 2*. Yogyakarta: Andi.

### **Sumber Skripsi dan Jurnal:**

Wahyu, Gigih, Utomo. (2017). Pengaruh brand amabassador dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor suzuki Type nex (Studi kasus pada PT Indo Sun motor gemilang jalan sudirman semarang). Skripsi. Universitas Diponegoro.

Sagia, ayu. (2018). Pengaruh brand ambassador, brand personality, dan korean wave terhadap keputusan pembelian (Studi pada mahasiswa pengguna skincare produk nature republik aloe vera di Fakultas Ilmu Budaya Universitas Sumatra Utara). Skripsi. Universitas Sumatera Utara.

Ediman, Haerunisa., Tajibul, Kamaludin. (2020). Pengaruh Aktor Choi Siwon sebagai Brand Ambassador mie sedap Korean Spicy Chicken terhadap minat beli Mahasiswa (Pada Mahasiswa Jurusan Psikologi Universitas Negeri Makasar). Skripsi. Universitas Makasar.

Putri, Ghina, ramadhanty. (2020). Pengaruh Brand Ambassador terhadap keputusan pembelian (Survei pada penggemar EXO sebagai Brand Ambassador Nature Republik). Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta).

Mardiyah, Nihyatul. (2010). Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Image Sabun Lux (Studi Kasus pada Pondok Pesantren Wahid Hasyim Yogyakarta). Skripsi. Universitas Islam negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

### **Sumber Internet:**

Budy, Viva, Kusnandar. (2018). 10 Negara dengan konsumsi Mie Instan Terbesar Dunia 2018. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/07/03/inilah-10-negara-dengan-konsumsi-mi-instan-terbesar-dunia-2018>. Diakses pada tanggal 25 maret 2021.

Iklan dengan Brand Ambassador [https://www.youtube.com/watch?v=8BaEVfo\\_t-I](https://www.youtube.com/watch?v=8BaEVfo_t-I)

Data Merek mie Instan di Indonesia <https://www.4muda.com/10-merek-mie-instan-yang-ada-di-indonesia/amp/>

Profil dan Sejarah PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk,  
<http://britama.com/index.php/2012/11/sejarah-dan-profil-singkat-indf/#:~:text=britama.com%2C%20Indofood%20Sukses%20Makmur,usaha%20komersialnya%20pada%20tahun%201990.&text=Sedangkan%20pabrik%20dan%20perkebunan%20INDF,%2C%20Kalimantan%2C%20Sulawesi%20dan%20Malaysia.>

Strategi Promosi PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk,  
<http://blog.ub.ac.id/dhitawardhana/2013/11/21/strategi-pemasaran-pt-sukses-makmur-tbk-terhadap-produk-mie-instan/#:~:text=Dengan%20promosi%20massal%20menggunakan%20periklanan,sponsor%20acara%20Dacara%20besar%20baik>