

DAFTAR PUSTAKA

- AG. Suyono, Sri Sukmawati, Pramono. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Intidayu Press. Jakarta.
- Andrews, J. C., & Shimp, T. A. (2018). *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications*. USA: Cengage.
- Ari Setiyaningrum, J. U. & E. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Maya (ed.)). ANDI.
- August Ferdinand. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5 ed.). Jawa Tengah: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Bahri. (2008). *Konsep dan Definisi Konseptual*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Barnes, L., & Lea-greenwood, G. (2018). Pre-loved? Analysing the Dubai Luxe Resale Market. In *Vintage Luxury Fashion*. Diakses dari: <https://doi.org/10.1007/978-3-319-71985-6>
- Belch, George E., Belch, Michal, A. (2009). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*, 8th Edition. New York: Pearson Education.
- Biodata Nicholas Saputra. (n.d). Viva. Diakses dari: <https://www.viva.co.id/siapa/read/784-nicholas-saputra>
- Cholil, A. M. (2020). Brand Awareness Ideas. Quadrant.
- Dewi, L. (2022). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Pemasaran Produk di Era Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 45-60.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT Citra Aditya Bakti. Bandung.
- Firmansyah, Anang. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Cetakan Pertama. Jakarta: CV. Penerbit Qiara Media.
- Gogali, V. A., Andriana, D., & Tsabit, M. (2022). Penggunaan KOLs Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Kanzler Di TikTok. *Jurnal Media Penyiaran*. Vol. 2. No. 2.
- Immaculata, M. A., & Utami, L. S. S. (2021). Pengaruh Popularitas Brand Ambassador NCT 127 terhadap Minat Beli Produk Nu Green Tea. *Prologia* Vol. 5, No. 2.
- Junaedi, Fajar. (2013). *Komunikasi Politik: Teori, Aplikasi, dan Strategi di Indonesia*. Yogyakarta: Buku Litera.
- Keegan, Warren J., & Green, Mark C. (2008). *Global Marketing*. United States of America: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, Kevin L. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Bowen, dan Makens. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kustandi, C., & Sutjipto, B. (2013). *Media Pembelajaran Manual dan Digital Edisi Kedua*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Maryanti, L. D., & Rahanatha, G. B. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser dan pesan iklan di Televisi terhadap keputusan pembelian pada es krim walls magnum Belgium chocolate. *Jurnal Wacana* Vol. IV No. 2.
- Rossiter, Percy, dan Bergkvist. (2018). *Marketing Communications: Objectives, Strategy, Tactics*. Teller Road Thousand Oaks, United Kingdom Sage.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta: Bandung.
- Sujarweni, Wiratna. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.