

DAFTAR PUSTAKA

- A Shimp, T. (2010). *Advertising, Promotion, & Other Aspects of Integrated Marketing Communication. United States: Cengage Learning.*
- Agus, Hermawan. (2012). *Komunikasi Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.
- Andi M Sadat. (2009). *Brand Relief: Strategi membangun Merek Berbasis Keyakinan,* PT Salemba Empat, Jakarta.
- Andrews, J. Craig, Shimp, Terence A. (2018). *Advertising, Promotion and other aspects of Integrated Marketing Communications,* Edisi: 10, *United States of America: Cengage Learning.*
- Augusta, V (2022). *Pengaruh NCT Dream sebagai brand ambassador Lemonilo terhadap impulsive buying behavior NCTzen Indonesia.* Skripsi. Universitas Multimedia Nusantara.
- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan. (2008:349). *Manajemen Pemasaran Modern, Liberty,* Yogyakarta.
- Bungin, M.Burhan. 2009. *Penelitian Kualitatif.* Cetakan ke 3. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Firmansyah, M. Anang. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran).* Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harinaldi, M.Eng. 2005. *Prinsip-Prinsip Statistik untuk Teknik dan Sains.* Jakarta: Erlangga.
- Husein, Umar. (2003). *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa.* Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ilham Prisgunanto. (2006). *Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Taktik.* Bogor: Ghalia Indonesia.
- Kertamukti, Rama. (2019). *Strategi Kreatif dalam Periklanan Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran.* Depok: Raja Grafindo Persada.

- Kotler, Philip. 2002. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Keduabelas. Terjemahan. Jakarta: Erlangga.
- Krisna, Erica, Y (2022). *Pengaruh Brand ambassador pada digital campaign terhadap minat beli pelanggan: studi kasus kampanye#LemoniloxNCTDream brand Lemonilo*. Skripsi. Universitas Multimedia Nusantara.
- Kristanto. 2018. *Perancangan Sistem Informasi dan Aplikasinya*. Yogyakarta: Gava Media.
- Kriyantono, R. (2017). *Teori-Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik*. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Machfoedz, Mahmud. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*, Cakra Ilmu, Yogyakarta.
- Manning, Gerald. L & Barry. L Reece. 2006. *Selling Today: Membangun Kemitraan Berkualitas*. Edisi 8. Jakarta : Indeks.
- Mardiyah, N. (2010). *Pengaruh Brand Ambassador Brand Image Lux Studi Pondok Pesantren Wahid Hasyim*. Skripsi. UIN kalijaga. Yogyakarta.
- Morissan. (2013). *Teori komunikasi: individu hingga massa*. Jakarta : Kencana.
- Pramono. 2012. *Pertimbangan dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta: Intidayu Press.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2012. *Metode Penelitian Komunikasi, Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ramadhanty, Putri, G. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Survei Pada Penggemar EXO Sebagai Brand Ambassador Nature Republic*. Skripsi. UIN Kalijaga Yogyakarta.
- Rangkuti, Freddy (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Robbins, Stephen P. dan Timothy A. Judge. (2018). *Perilaku Organisasi. Organizational Behavior (Buku 1, Edisi Ke-12)*. Jakarta: Salemba Empat.

Rossiter, John R. Dan Larry Percy. 1997. Advertising and Promotion management. New York: McGraw-Hill.

Royan, F. M. (2004). *Marketing Celebrities: Selebriti dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.

Siregar, Sofyan. 2014. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Yovita, Salma, A. (2022). *Pengaruh NCT Dream sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Lemonilo. Skripsi. Universitas Muhammadiyah*. Surakarta.

Jurnal:

Septiani, A., Sumarah, N., & Norhabiba, F. (2021). Pengaruh Brand Ambassador EXO Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup Konsumtif di Kalangan Pembeli Produk Nature Republic. *Jurnal Representamen*, 69-78

Website:

Anindhita, M. (2022, January 10). Lemonilo Umumkan NCT DREAM Sebagai Brand Ambassador Terbaru. Retrieved from Lemonilo.com: <https://www.lemonilo.com/blog/lemonilo-umumkan-nct-dream-sebagai-brand-ambassador-terbaru>