

DAFTAR PUSTAKA

- Adriennawati, Bianca.(2019). Tokopedia Umumkan BTS Sebagai *Brand Ambassador*. <https://www.tokopedia.com/blog/tokopedia-announces-bts-as-the-companys-brand-ambassador>. Diakses pada tanggal 1 Oktober 2023.
- Agung (2018). Kegiatan *Marketing Public Relations* dalam Mempertahankan Citra Perusahaan. *Jurnal Soshum Insentif*, 8-17.
- Azizah, N. S. (2020). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup pada perilaku keuangan pada generasi milenial. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(2), 92-101.
- Azzahra, F. P., Barkah, C. S., Chan, A., & Tresna, P. W. (2021). Doctor Reisa's role as A *Brand Ambassador* for Dettol. *The International Journal of Business Review (The Jobs Review)*, 4(2), 175-190
- Badan Pusat Statistik.(2023). Jumlah Penduduk Hasil SP2020 Laki-laki menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi (Orang). <https://www.bps.go.id/indicator/12/2133/1/jumlah-penduduk-hasil-sp2020-laki-laki-menurut-wilayah-klasifikasi-generasi.html>. Diakses pada tanggal 10 September 2023.
- Bhatti, A., Akram, H., Basit, H. M., Khan, A. U., Raza, S. M., & Naqvi, M. B. (2020). E-commerce trends during COVID-19 Pandemic. *International Journal of Future Generation Communication and Networking*, 13(2), 1449-1452.a
- Bhakti.(2019).Strategi bauran pemasaran (marketing mix) dalam perspektif syariah. *Mutawazin (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15-26.
- Christianty, Juliana Bella (2022) Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Dalam Iklan Shopee Versi ‘Shopee X-Stray Kids’ Di Televisi Terhadap Minat Beli Online Konsumen (survei VisCAP model di Sekolah Menengah Kejuruan di Jakarta Pusat). S1 thesis, *Jurnal Riset Mercu Buana (Universitas Mercu Buana)*.
- Escursell, S., Llorach-Massana, P., & Roncero, M. B. (2021). Sustainability in e-commerce packaging: A review. *Journal of cleaner production*, 280, 124314.
- Fakultas Ekonomi, (2023). Pedoman Skripsi Riset Sarjana Terapan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). Determinasi keputusan pembelian melalui minat beli: brand ambassador dan brand image (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal manajemen pendidikan dan ilmu sosial*, 3(1), 30-42.
- Fauziyyah. Fanny Kamila.(2023). Fenomena BTS: Grup K-Pop yang Berhasil Membentuk Hubungan Internasional Melalui Cultural

Diplomacy.<https://www.kompasiana.com/fannyfk/64c8867b4addee577f27a642/fenomena-bts-grup-k-pop-yang-berhasil-membentuk-hubungan-internasional-melalui-cultural-diplomacy>.Diakses pada tanggal 19 September 2023

- Ghozali. (2020). Aplikasi Analisi Multivariate Dengan Program SPSS 2. In Edisi kelima Semarang : Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Hair, J. E. (2018). A Primer on Partial Least Squares Structural. Equation Modeeling (PLS-SEM). SAGE Publications, Inc.
- Harsono.(2017). Analisis Total Factor Productivity (TFP) dan efisiensi pada Bank Umum Syariah di Indonesia (Periode 2010–2015) (Bachelor's thesis, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).Jakarta : Jurnal Ekonomi dan Perbankan.
- Hasibuan, Linda. (2021). Nice Banget, BTS Beri Sumbangan Lebih Rp 51 M untuk UNICEF. CNBC Indonesia. Retrieved from <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20211008094123-33-282351/nice-banget-bts-beri-sumbangan-lebih-rp-51-m-untuk-unicef>.
- Herlina, V. (2019). Panduan praktis mengolah data kuesioner menggunakan SPSS. Elex Media Komputindo.
- Indriningtiyas, D. (2022). Brand Ambassador Artis Korea Pada E-Commerce Di Indonesia. Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis, 6(2), 219-230.
- Jain., Malviya., & Arya, S. (2021). An overview of electronic commerce (e-Commerce). Journal of Contemporary Issues in Business and Government, 27(3), 665-670
- Jeanette & Sinta Paramita. (2018). Makna Idola Dalam Pandangan Penggemar (Studi Komparasi Interaksi Parasosial Fanboy dan Fangirl ARMY terhadap BTS)
- Karmila. (2024). Dinamika Gaya Hidup Remaja Penggemar BTS Di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Komunikasi Army di Whatsapp)
- Lailiya, N. (2020). Pengaruh brand ambassador dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian di Tokopedia. IQTISHADEquity jurnal MANAJEMEN, 2(2), 113-126.
- Lengkong, M. A., Priowidodo, G., & Tjahyana, L. J. (2022). Efektivitas Penggunaan Brand Ambassador Song Joong Ki Dalam Brand Scarlett Whitening Dengan Model VisCAP. Coverage : Journal Of Strategic Communication Universitas Pancasila, 10(2).
- Maharani, A. N. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Stray Kids Melalui Fansign Video Call 1 On 1 Shopee Terhadap Compulsive Buying (Survei menggunakan model VISCAP pada Fanbase Twitter Stray Kids) (Doctoral dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa)

- McOmish, M. (2020). Similarity as a presenter characteristic in advertising: An empirical study of the VisCAP Model of presenter selection (Doctoral dissertation, CQUniversity).
- Muchardie, B. G., & Pujiansyah, G. E. (2020). E-commerce Endorser Profiling With Viscap Model and its Impact on Brand Personality and Purchase Intention. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(7), 2347-2357.
- Musfar, Tengku Firli. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jawa Barat : Penerbit Media Sains Indonesia
- Nancy, N., Goenawan, F., & Monica, V. (2020). Efektivitas Penggunaan Brand Ambassador Laneige Dalam Model VisCAP. *Bina Nusantara, Communication And Information Technology* , 8(2).
- Nofiwaty, N., Fitrianto, E. M., & Iisnawati, I. (2020). Brand Ambassador and the Effect to Consumer Decision on Online Marketplace in Indonesia. *Sriwijaya International Journal Of Dynamic Economics And Business*, 4(1), 21-30.
- Nisa, C., & Pramesti, D. A. (2020). How Do Effective Digital Marketing and Brand Ambassador Stimulate Purchase Intention Today?. In 1st Borobudur International Symposium on Humanities, Economics and Social Sciences (BIS-HESS 2019) (pp. 365-367). Atlantis Press.
- Nurlela, E., O. Kiswati., S. Pudjawati. (2019). Analisis Penggunaan Celebrity Endorset Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pengguna Media Sosial 48 Instagram Di Lingkungan Mahasiswa manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen*. Vol. 4, No.2, pp. 7
- Olson. (2016). Strategi Marketing Public Relations Petromindo Group Di era Pandemi Covid-19. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 2(1), 1-7.
- Perwitasari, D. A., & Paramita, E. L. (2020). Product placement on Korean drama as an effective tool for brand positioning (case study: Laneige). *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 145-155.
- Purba, Y. O., Fadhilaturrahmi, F., Purba, J. T., & Siahaan, K. W. A. (2021). Teknik Uji Instrumen Penelitian Pendidikan.
- Pramesthi, J. A. (2020). Pengaruh BTS sebagai Brand Ambassador Tokopedia Terhadap Brand Switching. Universitas Telkom. *International Journal On Information And Communication Technology*.
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan skala Likert dan skala dikotomi pada kuesioner online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128-137.

- Premnath, D. (2018). Measuring The Celebrity Brand Image Match Up Through Tears Model. *International Journal Of Basic And Applied Research*. Vol. 8, No. 9.
- Probosini, D. A., Hidayat, N., & Yusuf, M. (2021). Pengaruh promosi, brand ambassador terhadap keputusan pembelian pengguna market place x dengan brand image sebagai variabel intervening. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan-JBMK*, 2(2), 445-458.
- Rehatalanit, Y. L. R. (2021). Peran e-commerce dalam pengembangan bisnis. *Jurnal Teknologi Industri*, 5.
- Rossiter. (2019). Strategi membangun branding bagi pelaku usaha mikro kecil menengah. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 125-136.
- Sakitri, G. (2021). Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi!. In *Forum Manajemen* (Vol. 35, No. 2, pp. 1-10).
- Santosa.(2018). Penyajian Data Dalam Tabel Distribusi Frekuensi Dan Aplikasinya Pada Ilmu Pendidikan. *Education and Learning Journal*, 2(1), 40-48.
- Sari, D. P. P. (2021). Analisis Evaluasi Brand Ambassador Menggunakan Model Viscap Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elzatta (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).
- Schroth, H. (2019). Are you ready for Gen Z in the workplace?. *California Management Review*, 61(3), 5-18.
- Šontaitė-Petkevičienė, M., & Vaščėgaitė, A. (2022). Employees as Brand Ambassadors: A Case Study Exploring the Impact of Employees' Communication on Consumer Behavior. *Management of Organizations: Systematic Research*, 87(1), 135-154.
- Stillman, D., & Stillman, J. (2020). *Gen Z@ work:: how the next generation is transforming the workplace: David Stillman and Jonah Stillman*. Harper Business, an imprint of HarperCollinsPublishers,.
- Sudrajat, M. R. N., & Triwardhani, I. (2022). Hubungan Penggunaan Brand Ambassador dengan Minat Beli Produk. *Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas BSI Bandung* (Vol. 2, No. 2, pp. 523-527).
- Suhendro, B. P., Suprastha, I. N., & Kurniawati, D. (2023). The Influence of Brand Ambassador, Endorsement and Social Media on Consumers' Buying Interest on The Shopee E-Commerce Platform. *International Journal of Business and Technology Management*, 5(1), 399-410.
- Sugiyono, S., & Lestari, P. (2021). Metode penelitian komunikasi (Kuantitatif, kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional).
- Shimp. (2018). *Advertising, promotion , & other aspects of Integrated. Marketing Communication*, 8th.

- Suntoro, Wiharto, and Yunita Budi Rahayu Silintowe.(2020). Analisis pengaruh pengalaman merek, kepercayaan merek, dan kepuasan merek terhadap loyalitas merek." *Modus* 32.1 (2020): 25-41.
- Swarjana, I. K., & SKM, M. (2022). *Populasi-sampel, teknik sampling & bias dalam penelitian*. Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Wahyunengseh, R. D., Hastjarjo, S., & Suharto, D. G. (2022). *PenetrasiI Internet Dan Angka Kemiskinan*. Penerbit Lakeisha.
- Willi Chandra, Dewi Anggraini, & Fauzi Akbar Maulana. (2022) *EPIC MODEL: Pengukuran Efektifitas Komukasi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Medan pada masa New Normal*.
- Yusuf, M., Sutrisno, S., Putri, P. A. N., Asir, M., & Cakranegara, P. A. (2022). *Prospek Penggunaan E-Commerce Terhadap Profitabilitas Dan Kemudahan Pelayanan Konsumen: Literature Review*. *Jurnal Darma Agung*, 30(1), 786-801.
- Zanaveda, Z. (2021). *Pengaruh Bts Sebagai Brand Ambassador, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Perusahaan E-commerce Tokopedia Dalam Kalangan Penggemar)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).