

DAFTAR PUSTAKA

- Advernesia. (2018). *Cara Uji Normalitas SPSS Shapiro Wilk dan Kolmogorov Smirnov*. <https://www.advernesia.com/blog/spss/cara-uji-normalitas-spss-shapiro-wilk-dan-kolmogorov-smirnov/> (Diakses pada 29 April 2020)
- _____. (2018). *Cara Uji Reliabilitas SPSS Alpha Cronbach's Data Kuesioner*. <https://www.advernesia.com/blog/spss/cara-uji-reliabilitas-spss-alpha-cronbachs-data-kuesioner/> (Diakses pada 30 April 2020)
- Budiaji, W. (2013). Skala pengukuran dan jumlah respon skala likert. *Jurnal ilmu pertanian dan perikanan*, 2(2), 127-133.
- Byun, Eun Mo. (2014). *Impact of K-POP Celebrity Endorsement on Thai Brand Image*. *Journal ASBBS*, 134-147.
- Chan, K., Ng, Y. L., & Luk, E. K. (2013). *Impact of celebrity endorsement in advertising on brand image among Chinese adolescents*. *Journal of Young Consumer*, 14(2), 167-179.
- Chi, H. K., Yeh, H. R., & Huang, M. W. (2009). *The influences of advertising endorser, brand image, brand equity, price promotion on purchase intention: The mediating effect of advertising endorser*. *The Journal of Global Business Management*, 5(1), 224-233
- Dea, Anissa. W. (2019). *Menyelisik Tren Bisnis Kopi di Masa Depan*. <https://money.kompas.com/read/2019/07/08/070800926/menyelisik-tren-bisnis-kopi-di-masa-depan.> (Diakses pada tanggal 10 Februari 2020).
- Gultom, S. B., & Sari, D. (2019). Pengaruh *Brand Ambassador* Blackpink Terhadap *Brand Image E-commerce* Shopee. *eProceedings of Management*, 6(2).
- Hidayat, Anwar. (2012). *Populasi dan Sampel: Pengertian Populasi Adalah?*. <https://www.statistikian.com/2012/10/pengertian-populasi-dan-sampel.html> (Diakses pada 07 April 2020).
- Huang, Hidayat. (2019). *Analisis Regresi Linear Sederhana, Ini Penjelasannya*. <https://www.globalstatistik.com/analisis-regresi-sederhana-ini-penjelasannya/> (Diakses pada tanggal 10 April 2020)
- Joseph, P. (2009). *Measuring Brand image: a systematic review, practical guidance and future research directions*

- Keller, K. L. (1993). *How to manage brand equity*. Jakarta: GRamedia Pustaka
- _____. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity (4th ed.)*. London: Pearson.
- Kotler, P., & Gary, A. (2013). *Principles of marketing 14th Edition*. Pearson Education Limited: England
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran edisi ke 13*. Jakarta (ID: Erlangga).
- Kotler, P., & Pfoertsch, W. (2006). *B2B brand management*. Springer Science & Business Media.
- Koubaa, Y. (2008). *Country of origin, brand image perception, and brand image structure*. *Asia Pacific Journal of Marketing* 20 (2), 139–155.
- Lea-Greenwood, Gaynor. (2012). *Fashion Marketing Communications E-book*. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Lomboan, S. (2013). *The impact of celebrity endorsement on brand image*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Masyita , D. A., & Yuliati, A. L. (2017). *Pengaruh Brand Ambassador Dian Sastrowardoyo terhadap Brand Image Produk Makeup L'oreal Paris*. *JRAMB UMB Yogyakarta*, 3(1), 41-47
- Mustinda, Lusiana. (2016). *Generasi Millennial Terbukti Lebih Banyak Minum Kopi Dibandingkan Generasi Sebelumnya*. <https://food.detik.com/info-kuliner/d-3350957/generasi-millennial-terbukti-lebih-banyak-minum-kopi-dibandingkan-generasi-sebelumnya> (Diakses pada 15 Juli 2020)
- Niardo, Riyo. (2019). *Dibintang Lucas, Video Iklan Kopi Indonesia Ini Dapat Views Lebih Banyak Dari MV WayV*. <https://kpopchart.net/2019/07/dibintang-lucas-video-iklan-kopi-indonesia-ini-dapat-views-lebih-banyak-dari-mv-wayv.html> (Diakses pada tanggal 10 Februari 2020).
- Poghosyan, A. (2015). *Celebrity Endorsement as one of nowadays Major Ways to Influence Consumer Buying Behaviour*. *European Scientific Journal*, 30-38.
- Prakosa, Adhi. (2019). *Generasi Third Wave Coffee: Perspektif Milenial Terhadap Kopi Gelombang Ketiga*. *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, [S.l.], vol. 2, no. 2, 106-118.

- Raharjo, Sahid. (2019). *Makna Koefisien Determinasi (R Square) dalam Analisis Regresi Linear Berganda*. <https://www.spssindonesia.com/2017/04/makna-koefisien-determinasi-r-square.html> (Diakses pada tanggal 29 April 2020)
- Risa, A. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador Gong Yoo Terhadap Brand Image Asus Zenfone 4 Selfie Pro Di Indonesia (Doctoral dissertation, Universitas Multimedia Nusantara)*.
- Royan, Frans M. (2004). *Marketing Celebrities, Selebriti Dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: Media komputindo.
- Sagala, M. H., & Mulyaningsih, H. (2017). Pengaruh *Brand Ambassador* terhadap *Brand Image* Oppo Smartphone di Kota Bandung. *e-Proceeding of Management*, 4(1), 702-709
- Said, Abdul. (2019). *Maskulinitas: Alasan Boyband KPop Sulit Diminati Laki-Laki*. <https://suakaonline.com/maskulinitas-alasan-boyband-kpop-sulit-diminati-laki-laki/> (Diakses pada 15 Juli 2020)
- Schiffman, Leon.G. dan Leslie Lazar Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen*. Edisi Ke-7. Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip. PT. Indeks, Jakarta.
- Setiawan, Ade. (2011). *Statistika Deskriptif*. <https://www.smartstat.info/materi/statistika/statistik-deskriptif/statistika-deskriptif.html> (Diakses pada tanggal 11 Mei 2020)
- Susanto, T., & Harahap, M.S. D. (2017, November). Analisis Penggunaan *Celebrity Brand Ambassador* (Studi Kasus *Celebrity Brand Ambassador* Nagita Slavina, Rafii Ahmad Dalam Gigitatcake). In *Prosiding Seminar Nasional Riset Terapan| SENASSET* (pp. 82-87).
- Wang, Felicia dan Evo Sampetua Hariandja. (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 (IConEnt- 2016)*, 292–306.
- Widi, A. A. (2019). *5 Sikap Positif Lucas NCT yang Perlu Kamu Teladani Sebagai Milenial*. <https://www.idntimes.com/life/inspiration/annisa-widi-astuty/5-sikap-positif-lucas-nct-yang-perlu-kamu-teladani-sebagai-milenial-c1c2>. (Diakses pada tanggal 10 Februari 2020)

Yolanda, R., & Soesanto, H. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi, dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Intervening (Studi Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi FEB Universitas Diponegoro Semarang). *Diponegoro Journal of Management*. Vol 6, No 4, 1-12.

Zhang, Yi. (2015). *The Impact of Brand Image on Consumer Behavior: A Literature Review*. *Open Journal of Business and Management*, 2015, 3, 58-62.