

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.
- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). SENI MENGELOLA DATA: PENERAPAN TRIANGULASI TEKNIK INFO ARTIKEL ABSTRAK. *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146–150. <https://doi.org/10.31764/historis.vXiY.3432>
- Anjelin, C., & Wahyuni, I. I. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Bandung Makuta Cake Dengan Menggunakan IMC Model Dwi Sapta. In *Jurnal Communication* (Vol. 9). www.pikiran-rakyat.com,
- Azizah, N., & Lovett, M. M. (2021). Analisis Event Marketing dalam Meningkatkan Citra Merek STIKOM InterStudi. *Prosiding Hubungan Masyarakat*. <https://doi.org/10.29313/.v7i1.27189>
- Batubara, J., & Yoedjadi, M. G. (2022). *Peran Brand Ambassador di Holywings untuk Meningkatkan Citra Perusahaan Holywings melalui Instagram @holywingsindonesia*.
- Camilleri, M. A. (2018). *Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product: An Introduction to Theory and Practice*. Springer International Publishing. <http://www.springer.com/series/15444>
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. SAGE Publications, Inc (Vol. 195).
- Dewi, L. G. P. S., Edyanto, N., & Siagian Hotlan. (2020). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia. *SHS Web of Conferences*.
- Febriani, & Dewi. (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. UB Press.
- Firmansyah, D. W. (2019). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Media Sosial melalui Brand Ambassador pada Cakekinian*. Universitas Brawijaya.
- Fitria, P., & Razali, G. (2023). PERAN PUBLIC RELATIONS DALAM MENINGKATKAN BRAND IMAGE PADA BENING'S CLINIC CABANG KEMANG JAKARTA SELATAN. *Jurnal AKRAB JUARA*.
- Hariri, N. M. A., Cecep, S. B., Herawaty, T., & Auliana, L. (2021). Menjadikan Brand Top Of Mind Melalui Penggunaan Strategi Funneling (Studi Kasus Pada UMKM Wanderer Scarves). *Media Ekonomi*, 21, 33–50. <https://wandererscarves.com/>,

- 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.
- Maulidjah, C. S., & Sumarlan, I. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran Burayot Simadu dalam Meningkatkan Daya Saing Kuliner Khas Garut. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Moleong, L. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches Seventh Edition*. Pearson.
- Novrima, V. D. (2020). *Peran Brand Ambassador dalam Meningkatkan Customer Engagement Soyjoy (Studi Kasus: Tulus Pada Kampanye #SOYlution Stories)*. Universitas Bakrie.
- Nuryana, A., Pawito, & Utari, P. (2019). PENGANTAR METODE PENELITIAN KEPADA SUATU PENGERTIAN YANG MENDALAM MENGENAI KONSEP FENOMENOLOGI. *ENSAINS Journal*.
<http://jurnal.universitaskebangsaan.ac.id/index.php/ensains>
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Citra Media Nusantara.
- Romdona, S., Junista, S. S., & Gunawan, A. (2025). TEKNIK PENGUMPULAN DATA: OBSERVASI, WAWANCARA DAN KUESIONER. *JISOSEPOL: JURNAL ILMU SOSIAL EKONOMI DAN POLITIK*, 3(1), 39–47.
<https://samudrapublisher.com/index.php/JISOSEPOL>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Penelitian yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif dan Konstruktif*. CV: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV: Alfabeta.
- Wibowo, I. (2022). *ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN FLASH COFFEE INDONESIA MELALUI BRAND AMBASSADOR DALAM MEMBANGUN CITRA MEREK*. LSPR Jakart