

DAFTAR PUSTAKA

- @ariefmuhammad. (2022). Akun Instagram Arief Muhammad. Retrieved October 15, 2022, from Instagram website:
<https://www.instagram.com/ariefmuhammad/>
- @basoaciakang. (2022). Akun Instagram Baso Aci Akang. Retrieved October 15, 2022, from Instagram website: <https://www.instagram.com/basoaciakang/>
- Anshori, Muslich. Iswati, S. (2017a). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Surabaya: Airlangga University Press.
- Anshori, Muslich. Iswati, S. (2017b). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Anshori, Muslich. Iswati, S. (2017c). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Apriliyanti, N. A. (2021). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR ARTIS KOREA TERHADAP MINAT BELI PRODUK SCARLETT WHITENING (STUDI PADA MAHASISWA KOMUNIKASI ANGKATAN 2018 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG)*.
- Basit, A., & Rahmawati, T. H. (2017). Cyber Public Relations (E-PR) dalam Brand Image Wardah Kosmetik dengan Pendekatan Mixed Method. *Nyimak (Journal of Communication)*, 1(2), 197–208.
<https://doi.org/10.31000/nyimak.v1i2.483>
- Bulan, S. I. S., & Sudrajat, R. H. (2019). Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Arief Muhammad di Instagram Terhadap Brand Image Erigo Store. *Jurnal Sosial Politik*, 5(2), 322. <https://doi.org/10.22219/sospol.v5i2.8505>
- Danuri, & Maisaroh, S. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran*. Qiara Media.
- Gunawan, A. A., & Sunardi, H. P. (2016). Pengaruh kompensasi dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan pada pt gesit nusa tangguh. *Ilmiah Manajemen Bisnis*.
- Hariyadi, M. S. (2018). *Pengaruh Paparan Program “Rosi” Kompas TV Terhadap Preferensi Mahasiswa Memilih Gubernur Jawa Timur (Survei Terhadap Mahasiswa Untag Surabaya)*. Universitas 17 Agustus 1945.
- Haryanto, A. T. (2021). Pengguna Aktif Medsos RI 170 Juta, Bisa Main 3 Jam Sehari. Retrieved October 15, 2022, from Detikinet website:
<https://inet.detik.com/cyberlife/d-5407834/pengguna-aktif-medsos-ri-170-juta-bisa-main-3-jam-sehari>

- Hidayah, F., & Panjaitan, B. S. (2021). *Brand Image Game Mobile Legends Terhadap*. 61–71.
- Imandiar, Y. (2021). Berawal dari Gerobak Pinjaman, Baso Aci Akang Kini Punya 600 Karyawan. Retrieved October 15, 2022, from Detikfood website: <https://food.detik.com/berita-boga/d-5804364/berawal-dari-gerobak-pinjaman-baso-aci-akang-kini-punya-600-karyawan#:~:text=Brand Baso Aci Akang dibuat,di Garut sejak tahun 2015.> (
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Yogyakarta: Quadrant.
- Khudriyah. (2021). *Metodologi Penelitian dan Statistik Pendidikan*. Malang, Jatim: Madani.
- Kotler, P. (2005). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (1st ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2018). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Limbong, Tonni. Simmarmata, J. (2020). *Media dan Multimedia Pembelajaran : Teori & Praktik* (pertama; A. Rikki, Ed.). Yogyakarta: Yayasan Kita menulis.
- Manovich, L. (2017). Instagram and Contemporary Image. *Redes Sociais*, 148. Retrieved from <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>
- Maulida, C. N., & Kamila, A. D. (2021). PENGARUH K-POP BRAND AMBASSADOR TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Studi Pada Pengguna Shopee). *Kinesik*, 8, 139. Retrieved from <https://jurnal.fisip.untad.ac.id/index.php/kinesik/article/view/154/136>
- Nikmatur, R. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 63.
- Nurazhari, L., & Putri, Y. R. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Blackpink Terhadap Brand Image Tokopedia Periode 2021. *Medium*, 10(1), 166–174. [https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10\(1\).9244](https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10(1).9244)
- Pangestu, D. S. (2020). *FILM SEXY KILLERS DAN DAMPAK MEDIA (ANALISIS TEORI STIMULUS RESPON)* (UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO). UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO. Retrieved from <http://eprints.umpo.ac.id/5905/>
- Pratiwi, A., & Madanacaragni, M. G. (2020). Instagram Sebagai Media Promosi Festival Pariwisata Kota Bogor. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 117–145.
- Presilia, S., & Kurniasari, N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Atta Halilintar dan Saaih Halilintar terhadap Minat Beli. *Kalbisocio, Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 8(1), 1–8.

- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>
- Rahman, C. (2021, oktober 2021). *berisatu.com*. Diambil kembali dari <https://www.berisatu.com/gaya-hidup/835811/dari-baso-aci-kini-akang-group-miliki-5-brand-baru>
- SANTANA, R. A. (2021). *Konten Literasi Hoaks di Media Sosial*. 1–13.
- Santoso, D. A., Erdiansyah, R., & Pribadi, M. A. (2019). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Innisfree. *Prologia*, 2(2), 286. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3589>
- Sarwono, J. (2018a). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Edisi 2* (kedua). Yogyakarta: Suluh Media.
- Sarwono, J. (2018b). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Edisi 2* (2nd ed.). Yogyakarta: Suluh Media.
- Satria, H. W., & Hidayat, D. P. (2018). Does Brand Love and Brand Image Have a Strong Impact on Word of Mouth? (Evidence from the Indonesian Vocational School). *KnE Social Sciences*, 3(11), 320. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i11.2770>
- Septyanto, D. W. (2018). *Pengaruh Promosi Vans Di Indonesia Terhadap Pembentukan Brand Image*. (Variabel X), 0–1.
- Sinambela, Lijan. Sinambela, S. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Teoritik dan Praktik* (Monalis, Ed.). Depok: Rajawali Pers.
- Sugeng, B. (2020a). *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)* (Pertama). Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Sugeng, B. (2020b). *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*. DEEPUBLISH.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (13th ed). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan: (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*. Bandung: Alfabeta.
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner kika's Catering di Media Sosial. *PROfesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 102. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15333>

- Wicaksono, R. R. (2017). Penggunaan Stimulus Response Theory dalam Sosialisasi Budaya Kesehatan dan Keselamatan Kerja di Perusahaan. *Jurnal EnviScience Vol. 1 No. 1 September 2017, 1*. Retrieved from <http://jurnalkesehatan.unisla.ac.id/index.php/jev/article/view/65/66>
- Wijaya, V. A., & Oktavianti, R. (2019). Pengaruh Brand Image E-Commerce Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada Pelanggan Tokopedia). *Prologia*, 2(2), 531. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3740>
- Wulandari, D. A., & Oktafani, F. (2017). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE (Pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University Bandung). *Jurnal Computech & Bisnis*, 11(1), 47–58.

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Nama : Eka Prasetyo
NIM : 2017103480
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 29 Mei 1998
Alamat : Jalan. Muncang Blok. N Gang. V No. 30a Kel. Lagoa
Kec. Koja Jakarta Utara
No.Handphone : 081213011559
Email : ekaprastyo17@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

2004 – 2010 : SD Yapensori
2010 – 2013 : SMP Tanjung Priok
2013 – 2016 : SMIP Kasih Ananda