

DAFTAR PUSTAKA

- Herdiawan, J. (2022, November 7). *Berita Terkini (Siaran Pers)*. Retrieved Januari 22, 2023, from Bank Indonesia: https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2430222.aspx
- Astawan, P. M. (2017, November 24). Retrieved Januari 22, 2023, from Dinas Pangan Provinsi Kepulauan Bangka Belitung: <http://pangan.babelprov.go.id/content/pangan-fungsional-untuk-kesehatan-yang-optimal>
- Komparasi Brand Index*. (2022). Retrieved Januari 22, 2023, from Top Brand Award: https://www.topbrandaward.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=3&id_kategori=2&id_subkategori=171&brand1=Enervon-C&brand2=Vitacimin&brand3=You%20C1000
- Geraldine, G., & Candraningrum, D. A. (2020). Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador Non-Celebrity Analisa Widyaningrum terhadap Keputusan Pembelian Hijabenka. *PROLOGIA Universitas Tarumanegara*, 26.
- Saputra, J. (2020). Analisis Semiotika Maskulinitas Humor Vincent dan Desta dalam Tonight Show. *Jurnal Komunikasi UII*, 18.
- Firmansyah, M. A. (2019). Brand Awareness. In M. A. Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (p. 137). Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Sarah, S. (2019). Retrieved Februari 7, 2023, from Lasak.id: <https://www.lasak.id/pocari-sweat-kenalkan-witan-sulaiman-sebagai-brand-ambassador-untuk-sea-games-2019/>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sari, S. (2021). Analisis Brand Awareness dan Pengaruhnya terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya di Makassar. *Journal of Business Administration (JBA)*, Vol.1, No.1, Juni.
- Digdowiseiso, K. (2021). The Effects of Brand Ambassador, Digital Marketing, and Instagram Use on Brand Trust: A Case Study of Scarlett Whitening

Product. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*.

Yuliara, I. M. (2016). *Modul Regresi Linier Sederhana*. Bali.

Kamus Bahasa Indonesia. (2008). Jakarta.

Dihni, V. A. (2021, September 22). *Layanan Konsumen dan Kesehatan*. Retrieved Februari 22, 2023, from Databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/22/masyarakat-indonesia-paling-banyak-konsumsi-vitamin-c-saat-pandemi-covid-19>

Fai. (2022, November 8). Retrieved Februari 22, 2023, from Umsu.ac.id: [https://umsu.ac.id/metode-kuantitatif-adalah/#:~:text=Karakteristik%20Penelitian%20Metode%20Kuantitatif%20Adalah&text=Menggunakan%20pola%20berpikir%20deduktif%20\(rasio%20nal,fenomena%20fenomena%20yang%20bersifat%20khusus](https://umsu.ac.id/metode-kuantitatif-adalah/#:~:text=Karakteristik%20Penelitian%20Metode%20Kuantitatif%20Adalah&text=Menggunakan%20pola%20berpikir%20deduktif%20(rasio%20nal,fenomena%20fenomena%20yang%20bersifat%20khusus)

Kusnandar, V. B. (2021, 07 28). *Sensus Penduduk 2020: Jumlah Penduduk Yogyakarta 3,67 Juta Jiwa*. Retrieved Maret 03, 2023, from databoks.katadata.co.id.

Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.

Prisgunanto, I. (2006). *Komunikasi pemasaran : Strategi dan taktik dilengkapi analisis SOSTAC dan STOP-SIT*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Gunawan, A. E. (2011). Pengaruh Media Iklan terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Motor Honda. *e.journal.uajy.ac.id*.

Wijaya, C. E. (2021). Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Awareness Tokopedia (Studi Pada Iklan Tokopedia feat BTS Pada Masyarakat Kota Denpasar). *Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 2 No 2*.

Kenton, W. (2022, December 31). *Marketing Essentials*. Retrieved March 27, 2023, from Investopedia: <https://www.investopedia.com/terms/b/brand-recognition.asp>

Puri, D. (2020, Juli 27). Retrieved Maret 27, 2023, from Binus University: <https://sis.binus.ac.id/2020/07/27/mengenal-jenis-dan-tingkatan-brand-awareness/#:~:text=Brand%20recognition%2C%20Brand%20recognition%20adalah,membuat%20kontak%20dengan%20produk%20tersebut>.

- Otsuka, P. A. (2023). *PT Amerta Indah Otsuka*. Retrieved 2023, from <https://www.aio.co.id/>
- Oronaminc.id. (2023). *Oronaminc.id*. Retrieved from <https://oronaminc.id/>
- Adikara, B. (2023, Februari 17). *Jawapos.com*. Retrieved Juni 18, 2023, from <https://www.jawapos.com/infotainment/01437009/desta-raih-penghargaan-selebriiti-komedi-terfavorit-ica-2023>
- Trends, G. (2023, Juli 10). *Google Trends*. Retrieved Juli 10, 2023, from <https://trends.google.com/trends/explore?geo=ID&q=oronamin%20c,ener von%20c,you%20c%201000,sidomuncul%20c%201000,redoxon>
- Sleman, B. P. (2021). *slemankab.bps.go.id*. Retrieved Juli 11, 2023
- Istiqomah, L. N. (2021). Analisis Tren Mobilitas Sirkuler Usia Produktif Pada Masa Pandemi Covid-119 di Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman. *Journal of Demography, Etnography, and Social Transformation*.
- BPS. (2020). *Kecamatan Depok Dalam Angka 2020*. Sleman: BPS (Badan Pusat Statistik) Kabupaten Sleman.
- Fikes. (2021, Januari 20). *Artikel Ilmiah*. Retrieved Mei 20, 2023, from [/fikes.unisayogya.ac.id](https://fikes.unisayogya.ac.id): <https://fikes.unisayogya.ac.id/pentingnya-minum-suplemen-daya-tahan-tubuh-selama-pandemi/>
- Index, T. B. (2023). *Top Brand Award*. Retrieved from www.topbrand-award.com: https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2023&type=subcategory&tbi_find=vitamin%20c
- Jatmiko. (2014). Komunikasi Pemasaran Sebagai Strategi Memperluas Pasar. *Esa Unggul JOURNAL*.
- Riyanto, A. D. (2023). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023*. Retrieved Mei 20, 2023, from <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>
- Kemp, S. (2023, Februari 9). *DIGITAL 2023: INDONESIA*. Retrieved Mei 20, 2023, from Data Reportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Moisescu, O. I. (2009). *The Importance of Brand Awareness in Consumers' Buying Decision and Perceived Risk Assessment*. Babeş-Bolyai Univer-sity.

- Rita. (2018, September 26). *Purchase Decision*. Retrieved Mei 20, 2023, from bbs.binus.ac.id: <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2018/09/26/purchase-decision/>
- Populix. (2022). *Apa itu Subjek Penelitian? Pengertian, Macam dan Contohnya*. Retrieved Mei 20, 2023, from Populix: <https://info.populix.co/articles/subjek-penelitian-adalah/>
- Azwar. (2022, Desember 23). *Pengertian Definisi Konseptual, Tujuan, Manfaat, dan Contohnya*. Retrieved Mei 20, 2023, from Penelitianilmiah.com: <https://penelitianilmiah.com/definisi-konseptual/>
- Ryan. (2023, May 19). *Youngontop.com*. Retrieved Juli 2023, from <https://www.youngontop.com/6-kelebihan-gen-z-ini-bisa-kamu-adaptasi/#:~:text=Generasi%20Z%20adalah%20generasi%20yang,alat%20Dalat%20digital%20dengan%20cepat.>
- Kusnandar. (2022, Agustus 10). *Katadata Media Network*. Retrieved January 22, 2023, from <https://databoks.katadata.co.id:https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/10/makanan-dan-minuman-jadi-kontributor-terbesar-pdb-sektor-industri-kuartal-ii-2022>
- Anandra, Q. (2020). Analisis Elaboration Likelihood Theory Pada Kampanye “Go Green, No Plastic” Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. *Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, 3.
- Griffin, E. (2012). *A First Look at Communication Theory*. New York: McGraw-Hill Companies.
- Siahaan, H. D. (2016). Pengaruh Tingkat Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Victoria’s Secret (Studi Pada Konsumen Victoria’s Secret di PVJ Bandung). *ISSN : 2355-9357. eProceeding of Management : Vol.3, No.1. Pp. 497-505.*
- Putri, A. (2020). *Apa yang Dimaksud dengan Iklan?* Retrieved Mei 20, 2023, from [Www.Kompas.Com](http://www.kompas.com).
<https://www.kompas.com/skola/read/2020/09/09/205024569/apa-yang-dimaksud-dengan-iklan?page=all>.
- Situmeang, I. V. (2018). *MODUL PENGANTAR PERIKLANAN*. JAKARTA: UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA YAI.
- Wibowo, P. T. (2021). *Apa itu Digital Advertising?* Retrieved Mei 20, 2023, from [Www.Wartaekonomi.Co.Id](http://www.wartaekonomi.co.id).
<https://www.wartaekonomi.co.id/read322480/apa-itu-digital-advertising.>

- Kirekpatrik, K. (2016). *Advertising via Algorithm*. Retrieved Mei 20, 2023, from Cacm.Acm.Org.: <https://cacm.acm.org/news/198460-advertising-via-algorithm/fulltext>
- Rizaty, M. A. (2023, Maret 30). *Pengguna Intagram di Indonesia 2023*. Retrieved Mei 20, 2023, from dataindonesia.com.
- Lasmawan, W. (2023). Impression Management Vindes dalam Pertandingan Tiba-Tiba Tennis "Desta Mahendra Vs. Raffi Ahmad". *INNOVATIVE: Journal of Science Research*.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Surabaya: Qiara Media.
- Davani. (2020, Juni). *digitaladvertising.id*. Retrieved from <https://digitaladvertising.id/note/apa-itu-instagram-ads/>
- Davani. (2020, Juni). *digitaladvertising.id*. Retrieved from <https://digitaladvertising.id/note/apa-itu-instagram-ads/>
- Bappenas, S. (2018, Oktober). *Kelompok Usia*. Retrieved from sepakat.bappenas.go.id: https://sepakat.bappenas.go.id/wiki/Kelompok_Usia
- Anggakarsa, M. (2023, Maret 31). *Profesi Presenter*. Retrieved from www.linovhr.com: <https://www.linovhr.com/profesi-presenter/#:~:text=Seorang%20presenter%20harus%20memiliki%20kemampuan,tentang%20topik%20yang%20akan%20disampaikan.>
- Ayu, A. N. (2019). Penampilan Sebagai Komunikasi Non-Verbal Perempuan dalam Dunia Pekerjaan. *eprints.untirta.ac.id*.
- Wen, T. (2017, November 3). *BBC Capital*. Retrieved from bbc.com: <https://www.bbc.com/indonesia/vert-cap-41843105#:~:text=%22Karisma%20dapat%20membantu%20seseorang%20otak,orang%20lain%2C%22%20kata%20Antonakis.>
- Markman, A. (2021, Juli 30). *Artikel Kepribadian*. Retrieved from Leaderonomics.com.
- Santoso, J. T. (2021, Oktober 11). *Tips Membangun Kepercayaan*. Retrieved from stekom.ac.id.
- Digital, T. S. (2023, Juli). *Video Marketing dalam Menggaet Audiens*. Retrieved from sasabadigital.com.

- Kumalasari, R. (2022, May 13). *Tagline adalah: Pengertian, Fungsi, serta Contohnya*. Retrieved from majoo.id.
- Lolang, E. (2015). Hipotesis Nol dan Hipotesis Alternatif . *JURNAL KIP -Vol. No. III.*, 685.
- Anggraini, B. Y. (2021). Pengaruh Daya Tarik Brand Ambassador Lee Min Ho Pada Tampilan Video Promosi “Lazada 11.11 Diskon Terbesar Satu Hari!” Di Kanal Youtube Lazada Indonesia Terhadap Brand Awareness Lazada indonesia. *e-journal.uajy.ac.id*.
- Wardhana, A. (2022). *Brand Marketing Earth Of Branding*. Kota Bandung: CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Ulfa, R. (2021). Variabel Penelitian dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Pendidikan dan Keislaman*, 344.
- Osak, D. J. (2020). Pengaruh Brand Ambassador dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Mediasi Brand Awareness. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 9.4 (2020):357-380*, 360.
- Zulkarnain, Z. (2019). Pengaruh Brand Ambassador dan Tagline Terhadap Citra Merek serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Bandar Lampung. [*Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya*]. <http://repo.darmajaya.ac.id/469/>.
- Ariawan, P. D. (2019). Proses Pengajaran Mosaik di SMK Negeri 1 Sukasada. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha*, 71.
- (n.d.).