

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. R. R., Handra, T., & Annas, M. (2022). Pengaruh celebrity endorser dan periklanan terhadap brand image (peran digital marketing). *Technomedia Journal*, 7(2), 189–201.
- Ali, N. M., Shahwir, S. F., Ismail, M., Saud, N. A., & Nafis, F. A. (2022). Measuring the influence of celebrity endorsement on customer purchase intention using TEARS model. *International Conference on Entrepreneurship, Business and Technology*, 59–72.
- Az-Zahra, P., & Sukmalengkawati, A. (2022). Pengaruh digital marketing terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 2008–2018.
- Deta, A. (2024). Profil Mees Hilgers, Harapan Baru untuk Timnas Indonesia. *Bola.net*.
- Dewi, T. P., & Ekayanthi, D. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik Tok Terhadap Brand Image Followers Wardah Beauty. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 369–374.
- Fanta. (2023). *Adidas Originals x Leo Messi x Bad Bunny Collection Debut*. <https://senikersku.com/debut-adidas-originals-x-leo-messi-x-bad-bunny-collection/>
- 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.
- Fatika Raisya Aliya. (2024). *10 Negara dengan Pengguna TikTok Terbesar, Indonesia Urutan Berapa?* <https://Data.Goodstats.Id/Statistic/10-Negara-Dengan-Pengguna-Tiktok-Terb Besar-Indonesia-Urutan-Berapa-XFOgI>.
- Ferdinand Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro.

- Gratia, G. P., Merah, E. L. K., Triyanti, M. D., Paringa, T., & Primasari, C. H. (2022). Fenomena Racun Tik-Tok Terhadap Budaya Konsumerisme Mahasiswa di Masa Pandemi COVID-19. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(1).
- Hamdan, H. (2024). *Optimasi Potensi Diaspora Indonesia*. <https://news.detik.com/kolom/d-7422648/optimasi-potensi-diaspora-indonesia>.
- Helsa Yoga Hibatullah, E. N. (2024). Efek Political Branding Dico Ganinduto Melalui TikTok pada Generasi Z Analisis Strategi Kampanye Digital di Pilgub Jateng 2024. *Jurnal Communicology*.
- Hutagaol, R. S. R., & Safrin, F. A. (2022). Pengaruh celebrity endorser dan brand image terhadap keputusan pembelian pada produk Scarlett Whitening. *Journal of Social Research*, 1(7), 761–772.
- Inggasari, S. M., & Hartati, R. (2022). Pengaruh celebrity endorser, brand image, dan brand trust terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(1).
- Laksmi Pradipta A, A. N. (2024). Resmi Jadi WNI dan Siap Bela Timnas Indonesia . *Kompas.com*.
- Maharani, D., & Kom, M. I. (2022). Penggunaan Aplikasi Tik Tok (Versi Terbaru) dan Kreativitas Anak. *PENGUNAAN APLIKASI TIK TOK (VERSI TERBARU) DAN KREATIVITAS ANAK*.
- Mubarok, D. A. A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Indonesia Membangun*, 15(3), 1–16.
- Newswire. (2025). *Ersपो Rilis Jersi Terbaru Timnas Indonesia, Sejumlah Pemain Diaspora jadi Model*. <https://sport.espos.id/ersपो-rilis-jersi-terbaru-timnas-indonesia-sejumlah-pemain-diaspora-jadi-model-2052453>
- Nugroho, I. D., & Sarah, S. (2021). Pengaruh brand image dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Indonesia Membangun*, 20(1), 113–126.

- Oteh, O. U., Oloveze, A. O., Emeruem, O. L., & Ahaiwe, E. O. (2023). Celebrity endorsement in African context: TEARS model approach. *Revista de Gestao*, 30(4), 334–347.
- Prasetya, A. (2024). Mees Hilgers dan Eliano Reijnders Resmi Jadi WNI. *Sport.detik*.
- Prasetyo Wati, A. (2020). *Digital marketing*. Edulitera.
- Rahmawati, A. I. (2023). *Pengaruh celebrity endorser, digital marketing dan brand awareness terhadap brand loyalty pembelian produk Adidas Original*. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Rosalina, I. F., & Putri, D. D. E. (2022). Pengaruh celebrity endorser hasyakyla utami terhadap brand image produk emina cosmetics. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 25(3).
- Sandjaja, J. E., Yogatama, A., & Aritonang, A. I. (2022). Efektivitas Penggunaan TWICE Sebagai Celebrity Endorser Dalam Iklan Scarlett #RevealYourBeauty Pada Penonton Iklan Scarlett Whitening Di Youtube. *Jurnal E-Komunikasi*, 10(2).
- Saputra, F., Khaira, N., & Saputra, R. (2023). Pengaruh User Interface dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature). *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 18–25.
- Selvi Sagita, W. P. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Red Velvet Dalam Iklan “My Beauty My Rule” Terhadap Brand Image Azarine Cosmetic (Survei Pada Followers Instagram @Azarinecosmeticofficial Periode Maret 2024). *PROMEDIA, (PUBLIC RELATION DAN MEDIA KOMUNIKASI)*.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi pemasaran terpadu dalam periklanan dan promosi*. Salemba Empat.
- Sugiyono. (2023). *METODE PENELITIAN KUALITATIF, KUANTITATIF, DAN R&D*. Alfabeta CV.

Sumidartini, A. N., Sobari, I. S., & Isnaeni, V. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Maybelline New York (Survei Pada Star Department Store Summarecon Mall Bekasi). *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(1), 34–44.

TIMES, I. D. N. (2024). *Titik Terang Erigo dan Erspo Soal Jersey Timnas Indonesia*. https://www.idntimes.com/sport/soccer/sandy-firdaus/titik-terang-erigo-dan-erspo-soal-jersey-timnas-indonesia?utm_source=chatgpt.com

