

## DAFTAR PUSTAKA

- Aliffia, S., & Purnama, H. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Song Joong-Ki Terhadap Brand Image Scarlett Whitening. *Marketing Management*, 5.
- Aline Handoyo, N. (2020). Pengaruh Kredibilitas BTS sebagai Brand Ambassador Terhadap Brand Image Tokopedia.
- Belch, A. G. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: Mc Graw Hill Education.
- Compas. (2021, Juni 17). *Top 5 Brand Perawatan Wajah ddi E-Commerce Indonesia dengan Penjualan di atas Rp 10 milliar dalam 1 bulan*. Retrieved from Compas.co.id: <https://compas.co.id/article/top-5-brand-perawatan-wajah/>
- Ekarina. (2020, Oktober 27). *Katadata.co.id*. Retrieved from Survei KIC: 87% Konsumen Lebih Suka Belanja Merek Dalam Negeri: <https://katadata.co.id/ekarina/brand/5f97832e74050/survei-kic-87-konsumen-lebih-suka-belanja-merek-dalam-negeri>
- Firmansyah, D. M. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning and Strategy*. Pasuruan Jatim: Qiara Media.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gita, D., & Setyorini, R. (2016). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Pada Perusahaan Online Zalora.co.id. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Greenwood, L. (2013). *Fashion Marketing Communication*. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Ilmi, S. P. (2020). PENGARUH CHOI SIWON SEBAGAI BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE (CITRA MEREK) DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE KOREAN SPICY CHICKEN. *Jurnal Manajemen* , 103-113.
- Ismail Nurdin, S. (2019). *Metodelogi Penelitian Sosial*. Media Sahabat Cendikia.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management*. England: Pearson Education.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktiss Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencan Prenada Media Group.
- Kusuma, I. R., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador Iqbaal Ramadhan Terhadap Minat Beli RuanGuru di Indonesia. *Administrasi Bisnis*, 29-30.
- Lea-Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communications E-book*. Somerset, 78.

- Lestari, A. H. (2022, Juli 21). *Ceruk Industri Kecantikan Menjanjikan, Anak Usaha MBTO Genjot Produk Lokal*. Retrieved from medcom.id: <https://m.medcom.id/ekonomi/bisnis/ybDDE7mb-ceruk-industri-kecantikan-menjanjikan-anak-usaha-mbto-genjot-produk-lokal>
- Mudiantono, S. (2016). Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Management*.
- Mudzakir, F. (2018). The Influence Of Brand Ambassador Usagge Toward Brand Image Of OPPO. *Industrial Research Workshop and National Seminar*, 649.
- Nisa Sabrina, A. N. (2017). PENGARUH KREDIBILITAS BRAND AMBASSADOR SELEBRITI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA IKLAN WARDAH VERSI DEWI SANDRA (STUDI KASUS MAHASISWI UIN JAKARTA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 146.
- Noviyanti, K. A. (2017). Strategi Branding Melalui Penggunaan Brand Ambassador Di PT Kereta Api Indonesia (PERSERO) Kantor Pusat Bandung. *Jurnal Manajemen*, 3368-3374.
- Nugroho, E. (2018). *Prinsip-prinsip menyusun kuesioner*. Universitas Brawijaya Press.
- Nurfadilla, I. (2022, Juni 9). *Korean Wave "Hallyu": Fenomena K-Pop Star Menjadi Brand Ambassador Produk-Produk Indonesia*. Retrieved from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/fadillainta/62a14f7ffca4e418f66848d2/korean-wave-hallyu-fenomena-k-pop-star-menjadi-brand-ambassador-produk-produk-indonesia>
- Ohanian, R. (1990). Construction and Validation of a Scale to Measure Celebrity Endorsers' Perceived Expertise, Trustworthiness, and Attractiveness. *Journal Of Advertising*, Vol 19 (3).
- PROSPEK INDUSTRI KOSMETIK KIAN CANTIK*. (2021, may 16). Retrieved from Bisnis Indonesia: <https://bisnisindonesia.id/article/prospek-industri-kosmetik-kian-cantik>
- Putra, M. I. (2014). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Pengguna Line Di Asia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5.
- Rossiter, J. R. (2014). 'Branding' explained: Defining and measuring brand awareness and brand attitude. *Journal Of Brand Management*, 533-540.
- Royan, F. M. (2004). *Cluster Strategy*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Royan, F. M. (2004). *Cluster Strategy*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Shimp, T. A. (2010). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.

- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sudaryono. (2017). *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi penelitian bisnis dan ekonomi*.
- Tionardus, M. (2021, 10 25). *Kompas*. Retrieved from Felicya Angelista Pilih TWICE Jadi Star Ambassador, Alasannya Begini:  
<https://www.kompas.com/hype/read/2021/10/25/135534966/felicya-angelista-pilih-twice-jadi-star-ambassador-alasannya-begini>
- Widhiarso, W. (2010). Pengembangan Skala Psikologi :Lima Kategori Respons ataukah Empat Kategori Respons? *Jurnal Psikologi*, 1-5.
- Wiwaha, R. P. (2022, April 14). *10 Top Brand Serum Wajah Terlaris di E-Commerce : Konsisten, Serum Wajah Implora kembali Jadi Juara!10 Top Brand Serum Wajah Terlaris di E-Commerce : Konsisten, Serum Wajah Implora kembali Jadi Juara!* Retrieved from compas.co.id:  
<https://compas.co.id/article/serum-wajah-implora/>
- WowKeren, T. (2022, Juli 4). *Perbandingan Jumlah Pria dan Wanita di Fandom GirlGrup*. Retrieved from wowkeren:  
<https://www.wowkeren.com/berita/tampil/00437642.html>