

DAFTAR PUSTAKA

- (N.D.). Retrieved From Pantene: <https://www.pantene.co.id/id-id>
- Aditya Halim Perdana Kusuma, A. S. (2020). *Brand Management: Esensi, Posisi Dan Strategi*. Penerbit Yayasan Kita Menulis.
- Ahlgren, M. (2022, Juni 27). *20+ Statistik & Fakta Media Sosial Untuk 2022*. Retrieved From Website Rating: <https://www.websiterating.com/id/research/social-media-statistics-facts/#sources>
- Andriasan Sudarso, A. Z. (2020). *Manajemen Merek*. Penerbit Yayasan Kita Menulis.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Pt Inovasi Pratama Internasional.
- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep Dan Aplikasi Di Era Digital*. Penerbit Airlangga University Press.
- Asih, R. (2022, Januari 05). *Pantene Luncurkan Miracles Hair Supplement Untuk Perawatan Rambut Lengkap*. Retrieved From Hipwee: <https://www.hipwee.com/style/pantene-miracles-hair-supplement-produk-perawatan-rambut-lengkap/>
- Asprilla Riza, P. S. (2021). Endorser Laki-Laki Produk Kosmetik Perempuan Dan Pengaruhnya Terhadap Sikap Khalayak. *Jurnal Komunikasi*, 75-90.
- Astri Rumondang Banjarnahor, B. P. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Penerbit Yayasan Kita Menulis.
- Bailis, R. (N.D.). *The State Of Influencer Marketing: 10 Influencer Marketing Statistics To Inform Where You Invest*. Retrieved From Bigcommerce.
- Bambang D. Prasetyo, N. S. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Penerbit Universitas Brawijaya Press.
- Cahyaningtyas, M. (2020). Hubungan Celebrity Endorser Pria Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Commercium*, 41-46.
- Debi Eka Putri, A. S. (2021). *Brand Marketing*. Penerbit Widina.
- Dian Marselina, E. H. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Image Pada Kosmetik. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 17-27.
- Dr. Eva Sundari, S. M. (N.D.). *Dinamika Citra Dan Pelayanan Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Tinjauan Islam (Studi Kasus Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru)*. 2021: Penerbit Adab.

- Dr. Hj. R. Dewi Pertiwi, S. M. (2021). *Pemasaran Jasa Pariwisata (Dilengkapi Dengan Model Penelitian Pariwisata Gedung Heritage Di Bandung Raya)*. Penerbit Deeppublish.
- Dr. Redi Panuju, M. (2019). *Komunikasi Pemasaran Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran*. Penerbit Prenada Media.
- Dr. Sandu Siyoto, S. M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Elizabeth Stephanie, L. J. (2013). Analisa Pengaruh Rio Dewanto Dan Donita Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Axe . *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1-9.
- Fransisca Juanda Kurniawan Dan Yohanes Sondang Kunto, S. M. (2014). Analisa Pengaruh Visibility, Credibility, . *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* , 1-8.
- Geysler, W. (2022, Mei 03). *70+ Essential Social Media Statistics For 2022*. Retrieved From Influencer Marketing Hub: <https://influencermarketinghub.com/social-media-statistics-2022/>
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21 Update Pls Regresi*. Universitas Diponegoro.
- Hair Supplement Ajaib Dari Pantene, Bebas Rambut Capek Ala Keanu!* (2022, Januari 05). Retrieved From Insertlive.Com: <https://www.insertlive.com/style/20220204224830-19-264983/hair-supplement-ajaib-dari-pantene-bebas-rambut-capek-ala-keanu>
- Hatmawan, S. R. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Dibidang Manajemen, Teknik Pendidikan Dan Eksperimen*. Cv Budi Utama.
- Hirose, A. (2022, April 05). *114 Social Media Demographics That Matter To Marketers In 2022*. Retrieved From Hootsuite: <https://blog.hootsuite.com/social-media-demographics/>
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital*. Penerbit Andi.
- Ini Kata Anggia Pulungan Dan Kurniawan Mista Soal Iklan Marah-Marah Ala Keanu Angelo*. (2022, Februari 10). Retrieved From Inews.Id: <https://www.inews.id/lifestyle/seleb/ini-kata-anggia-pulungan-dan-kurniawan-mista-soal-iklan-marah-marah-ala-keanu-angelo/3>
- Ir. Sofian Siregar, M. (2013). *Metodelogi Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Manual & Spss Edisi Pertama*. Kencana.
- John Budiman Bancin, S. M. (N.D.). *Citra Merek Dan Word Of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. Penerbit Jakad Media Publishing.
- Keanu Agl Sukses Jadi Contoh Mood Membaik Kalau Rambut Nggak Capek*. (2022, Februari

- 14). Retrieved From Kapanlagi.Com: <https://plus.kapanlagi.com/keanu-agl-sukses-jadi-contoh-mood-membaik-kalau-rambut-nggak-capek-61a41a.html>
- Kemp, S. (2021, Januari 27). *Digital 2021: Global Overview Report*. Retrieved From Data Reportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>
- Kriyantono, R. (2013). *Manajemen Periklanan*. Penerbit Universitas Brawijaya Press.
- Marifah, S. (2022, Januari 05). *Perbaiki Rambut Sampai Ke Ujung, Pantene Rilis Produk Miracles Hair Supplement*. Retrieved From Infobrand.Id: <https://infobrand.id/perbaiki-rambut-sampai-ke-ujung-pantene-rilis-produk-miracles-hair-supplement.phtml>
- Marselina, D. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Image Pada Kosmetik . *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 16-27.
- Morrisan, M. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Penerbit Kencana.
- Nike Cholifah, S. H. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Image (Survei Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Counter Wardah Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 170-177.
- Novy Khusnul Khotimah, M. (2022). *Analekta Komunikasi*. Haura Publishing.
- Nurfebiaraning, S. (2017). *Manajemen Periklanan*. Penerbit Deepublish.
- Prof.Dr.Ir.Sugiarto, M. D. (2021). *Statistik Terapan Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Andi Anggota Ikapi.
- Reyneldamamondol, M. (2021). *Dasar-Dasar Statistika*. Scopindo Media Pustaka.
- Sandra Moriarty, N. M. (2008). *Advertising Edissi Kedelapan*. Penerbit Kencana.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Setiawaty, M. (2015). Penggunaan Maudy Koesnaedi Sebagai Celebrity Endorser Dalam Iklan Televisi L'oreal Fall Repair . *Jurnal E-Komunikasi*, 2-12.
- Siti Rapingah, D. (2022). *Buku Ajar Metode Penelitian*. Cv. Feniks Muda Berkarya.
- Sudaryono, D. (2021). *Statistik 1*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Rd*. Bandung: Alfabeta.
- Tasnim Tasnim, A. S. (2021). *Komunikasai Pmasaran*. Penerbit Yayasan Kita Menulis.
- Tengku Firli Musfar, S. M. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran*. Penerbit Media Sains Indonesia.

Vivi Chandra, N. I. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yayasan Kita Menulis.

Wilda Sansivera Siregar, C. C. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett . *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, 666-674.

Y Prof. Dr. Basri Modding, S. M. (2022). *Esensi Pemasaran*. Penerbit Media Sains Indonesia.