

DAFTAR PUSTAKA

- Abu-Rumman, H., & Alhadid, A. Y. (2015). *The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan*. *Rev. Integr. Bus. Econ. Res*, 3(1), 335. www.sibresearch.org
- Amalia, N. R., Mawardani, M., Manajemen, P., Ekonomi, F., Semarang, U., Akuntansi, P., Ekonomi, F., Semarang, U., Image, B., Ambassador, B., Image, B., Awareness, B., & Pembelian, K. (2022). *Pengaruh Idol Kpop Sebagai Brand Ambassador , Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo*. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 20(4), 403– 413.
- Amin, A. M., & Yanti, R. F. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic*. *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.55583/invest.v2i1.111>
- Andini, P. N., & Lestari S.Sos.,MM, M. T. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Tokopedia*. *e-Proceeding of Management*, Vol. 8, 2074-2082.
- Andri Budi Santosa dan Yulies Rianto. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gphoto* (Vol. 15, Issue 1)
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Lazada Terhadap Keputusan Pembelian Online*. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4, 897. <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i10.p07>
- Bahri, Y. D. P., & Aminah, S. (2022). *Pengaruh E-Wom Pada Konten Media Sosial Instagram dan Citra Merek Terhadap Minat Beli MS Glow*. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(9), 3441–3446.
- Brestilliani, L. (2020). *Pengaruh Brand Awareness, Brand Ambassador, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9, 19. <https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/9186-Full Text.pdf>
- Cece, I. S. (2015). *Pengaruh Brand Origin, Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Sepatu Macbeth Di Sogo Galaxy Mall Surabaya*. *e-Jurnal Manajemen Kinerja*, 101-110.
- Compas. (2022). *10 Brand Skincare Lokal Terlaris Di Indonesia*. Retrieved from Compas : <https://compas.co.id/article/brandskincare-lokal-terlaris/>
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan*. Makasar: Global Research And Consulting Institute.
- Dewi Musikasari et al. (2021). *Pengaruh Bundling Produk Dan Inovasi Layanan 4.5G Terhadap Keputusan Pembelian Pada XL Pascabayar*. In *Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)* (Vol. 4, Issue 2). <https://www.kompasiana.com>

- Duwila, Z., Supandi, A., Ogi, I., Ekonomi, F., Bisnis, D., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorsment, Brand Awareness Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Kota Manado the Influence of Celebrity Endorsment, Brand Awareness and Lifestyle on Purchase Decisions for Scarlett Whitening Products* in M. Z. Duwila., A. Supandi., I. Ogi 269 Jurnal EMBA, 10(1), 269–278.
- Fine, A., & Wardhani, N. I. K. (2022). *Faktor-Faktor Brand pada Keputusan Pembelian Produk Lipstick Maybelline di Kabupaten Sidoarjo*. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(2), 557–561. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i2.614>
- Hasanah, A., Setyowati, T., & Nursaidah. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Product Quality Terhadap Pembelian Produk Skincare MS Glow di Kabupaten Jember*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis GROWTH*, 21(1), 169–182.
- Hasian, A. G., & Pramuditha, C. A. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Awareness, Brand Image, Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Palembang (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Palembang)*. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 115- 121.
- Hilda, I. (2022, 02 08). *Cha Eun Woo Didapuk Jadi Brand Ambassador MS Glow, Ini Produk Skincare Favoritnya*. Retrieved from Fimela.com: <https://www.fimela.com/beauty/read/4882046/cha-eun-woo-didapukjadi-brand-ambassador-ms-glowini-produk-skincare-favoritnya>
- Junaidi Sagir, Ninin Setianing Pandika, & Sri Darwini. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Country Of Origin Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Skin Care Korea*. *Journal of Economics and Business*, 7(1), 125–142. <https://doi.org/10.29303/ekonobis.v7i1.72>
- Kotler dan Armstrong. (2014). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Proses Keputusan Pembelian*. Erlangga.
- Kotler Philip & Keller. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*. Jakarta : Erlangga.
- Lailiya, N. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia*. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 2(2), 113. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i2.764>
- Liya, I., Budiono, H., & Sanjaya, V. F. (2021). *Pengaruh Hallyu Wave, Brand Ambassador, Brand Image Dan Wom Terhadap Keputusan Pembelian Pada*. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(1), 11–26.
- Media Marketing, Customer Engagement and Digital Advertising on Brand Trust (GoJek Users as Research Objects)*. *International Journal of Creative Business and Management*, 1(2), 38. <https://doi.org/10.31098/ijcbm.v1i2.4193>
- Paramitha, M. P. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Brand Awareness Terhadap Purchase Decision MS Glow di Indonesia*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB UB*, 10(1), 1–18.

- Putra, M. S., & Aminah, S. (2022). *Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI), 7(2).
- Ramadhani, R. I., Sudarti, Hamidah, R. A., & Sulistyowati, A. (2022). *Pengaruh Inovasi Produk, Brand Image dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Terhadap Konsumen Scarlett Whitening Surakarta)*. Edunomika, 06(01), 515–525.
- Sagia, A., & Situmorang, S. H. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera*. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia, 5(2), 286–298. <https://doi.org/10.31843/jmbi.v5i2.168>
- Santoso, T. A., & Mardian, I. (2020). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Pada Produk Avocado Mantul*. Jurnal Ekonomi Manajemen ETIS, 28-34.
- Stella. (2020). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Di Sociolla Di Jakarta*. Program Studi Magister Manajemen Universitas Tarumanegara, 611-616.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung : CV Alfabeta.
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Bisnis Dan Manajemen, 4(1), 74–85. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>
- Susanti, I. D., Janah, Y., Putri, A., & Tenri, D. (2022). *Pengaruh Public Figure Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS Glow*. JADBIS Jurnal Administrasi BisnisJurnal Administrasi Bisnis, 2, 35–39.
- Syarifuddin, N., & Maisyura, M. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Malikussaleh*. Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 5(1), 95. <https://doi.org/10.29103/njiab.v5i1.7728>
- Uyuun, S. N., & Dwijayanti, R. (2022). *Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa FEB UNESA*. Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan, 1(2), 164–174.
- Wibowo, K. Q., & Utami, M. P. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador BTS Terhadap Minat Beli Remaja Di Tokopedia*. Jurnal Media Administrasi, 13-22.
- Yoel, D. A., Massie, J. D., & Tielung, M. V. (2021). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Di Era New Normal Pandemi Covid-19 Pada Baskin-Robbins Manado Town Square*. Jurnal EMBA, 136-144.