

## DAFTAR PUSTAKA

- A. F. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media .
- Aini, N. Q., Nursanti, S., & Oxygentri, O. (2021). Pengaruh Choi Siwon Pada Iklan Mie Sedap Korean Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Generasi Z. *Jurnal Lugas*, Vol.5, No.1, pp. 31-41. doi:<https://doi.org/10.31334/lugas.v5i1.1555>
- 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*, Volume 2, No 1, Halaman 1-14. doi:<https://doi.org/10.55583/invest.v2i1.111>
- Chakti, A. G. (2019). *The Book Of Digital Marketing*. Makasar: Celebes Media Perkasa .
- Ekasari , R., & Mandasari , E. D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Digital Marketing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Pixy di Kabupaten Sidoarjo. *e-journal.umaha*, Volume 4, No 1.
- Fahdli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk dan Emosional Terhadap Keputusan Konsumen Poskopi ZIO Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol.2 No.2. doi:<https://doi.org/10.47492/jip.v2i2.684>
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari , S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli : Brand Ambassador dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *JMPIS*, Volume 3, Issue 1.
- Ghozali, & Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Indonesia, w. (2021, December 10). *beauty award of whitelab 2021*. Retrieved from [www.instagram.com](http://www.instagram.com):  
[https://instagram.com/whitelab\\_id?igshid=YmMyMTA2M2Y=](https://instagram.com/whitelab_id?igshid=YmMyMTA2M2Y=)
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kolinug, M. S., Mananeke, L., & Tampenawas, J. L. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA*, Vol. 10, No. 3, Hal. 101-111. doi:<https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41293>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-prinsip pemasaran, vol.12, no.01*. Jakarta : erlangga.

- Lindawati , S., Hendri, M., & Hutahaen, J. (2020). *Pemasaran Digital*. Yayasan Kita Menulis .
- Lombok, , V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA*, Vol.10 No.3. doi:<https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524>
- Mamang, E., Sopiah, & Sangadji. (2017). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Andi Offset .
- Nur Arif, S. S., & Euis, S. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening di Kota Medan. *YUME*.
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, Priskila, R., & Adidyana Anugrah Putra, P. B. (2019). Pengembangan Aplikasi Kuesioner Survey Berbasis Web Menggunakan Skala Likert dan Guttman. *Jurnal Sains dan Informatika*, Vol 5, No 5. doi:<https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: Pustaka Setia .
- Puspitasari , D. (2021). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PUSAR Kurikulum dan Perbukuan Balibang Kemendikbudristek.
- Putri, T., Marwan, M., & Rahmadani, R. (2018). Pengaruh Brand Image dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik La Tulipe Di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, Volume 1, Nomor 4. doi:<http://dx.doi.org/10.24036/jmpe.v1i4.5651>
- Ramadhanty , G. P. (2020, Juli 24). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Rada Penggemar Boyband EXO sebagai Brand Ambassador Nature Republic)* . Retrieved from digilib.uin-suka.ac.id: [http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/39808/1/16730063\\_BAB-I\\_IV\\_DAFTAR-PUSTAKA.pdf](http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/39808/1/16730063_BAB-I_IV_DAFTAR-PUSTAKA.pdf)
- Royan, F. M. (2005). *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT. Elex Media Koputindo.
- Sagia, A., & Situmorang, S. H. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality dan Korean Wave Terhadap Keputusan Produk Nature Republic Aloe Vera. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, Vol.5, Nomor 2. doi:<https://doi.org/10.31843/jmbi.v5i2.168>

- Saputra, G. W., & Ardani, I. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, Vol.9, No. 7. doi:<https://dx.doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i07.p07>
- Setyawan, D. A. (2021 ). *Hipotesis dan Variabel Penelitian*. Klaten, Jawa Tengah: CV. Tahta Media Group.
- Shimp, A. T. (2010). *Advertising, Promotion & other Aspects of Integrated Marketing Communication*. United States : Cengage Learning. United States: Cengage Learning.
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana.
- Siregar, S. G., & Simanjuntak, J. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitehing Pada Media Sosial Instagram. *Scientia Journal*, Vol 3, No 3.
- Sitorus, S. A., Gheta, A. P., Anisah, H. U., Fitrianna, H., Sherly , Umiyati, H., . . . Nainggolan, N. T. (2022). *Digital Marketing Strategy : Online Marketing Approach*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service (CAPS).
- Supangkat, A. H. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Di Intako. *Jurnal Ilmu dan Riset Mahasiswa*, Volume 6, Nomor 9. Retrieved from <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1103>
- Supardi, S., & Surahman. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta Timur: CV. Trans Info Media.
- Syana . S, A. B. (2019, Mei 14). *Beauty 4.0, evolusi baru dunia kecantikan*. Retrieved from marketers.com: <https://www.marketeers.com/beauty-4-0-evolusi-baru-dunia-kecantikan>

Varley, R., Roncha, A., Natascha, T. R., & Gee, L. (2019). *Fashion Management*. UK: Macmillan Education UK.

Wati, A. P., Martha, J. A., & A. I. (2019). *Digital Marketing*. Malang: Edulitera.

Whitelab. (2022, February 10). #WhitelabXSehun. Retrieved from [www.twitter.com: https://twitter.com/whitelab\\_id/status/1491649079461707776?s=46&t=zMFijmAPAh14c9xxZI-\\_9A](https://twitter.com/whitelab_id/status/1491649079461707776?s=46&t=zMFijmAPAh14c9xxZI-_9A)

Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Deepublish.



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL