

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Babbie, E. (2016). *The Practice of Social Research (Fourteenth)*. Canada: Cengage Learning.
- Banjamohar, A. R., Purba, B., Sudarso, A., Sahir, S. H., Munthe, R. N., Kato, I., ... Hasyim. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2022). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis (2nd ed.)*. Depok: Rajawali Pers.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches*. Amerika Serikat: SAGE Publications, Inc.
- Firdaus. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Riau: Dotplus Publisher.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: CV Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25 (19th ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haas, J. (2016). *Persuasion and Overview Based on the Work*. Jerman: FOM University of Applied Sciences for Economics and Management.
- Hermawan, A. (2017). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Jaya, I. M. L. M. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Yogyakarta: Penerbit Quadrant.
- Kadarudin. (2021). *Penelitian di Bidang Ilmu Hukum (Sebuah Pemahaman Awal)* (Trisnomuranti & H. Ibda, Eds.). Jawa Tengah: formac.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management : Building, Measuring, and Managing Brand Equity (5th ed.)*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17th ed.)*. New York City: Pearson Education Limited.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15e Global, Vol. 22). New York City: Pearson Education Limited.
- Malhotra, N. K. (2020). *Marketing Research: An Applied Orientation* (7th ed.). New Jersey: Pearson Education Inc.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2018). *Advertising*. Jakarta: Kencana.
- Neuman, W. L. (2014). *Basic of Social Research: Qualitative & Quantitative Approaches*. England: Pearson.
- Noam, E. M. (2019). *Managing Media and Digital Organizations*. New York City: Palgrave Macmillan.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metode Penelitian Sosial*. Surabaya: Penerbit Media Sahabat Cendekia.
- Nurgiyantoro, B., Gunawan, & Marzuki. (2017). *Statistik Terapan: Untuk Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi, Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran* (1st ed.). Jakarta: Kencana.
- Perloff, R. M. (2017). *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century* (2nd ed.). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pada Era Media Sosial*. Jawa Barat: CV Pustaka Setia.
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi: Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Riduwan. (2015). *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Ritonga, H. (2019). *Psikologi Komunikasi*. Medan: Perdana Publishing.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7 Edition). United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi* (Edisi 8). Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik: Mengupas Pemasaran*

*Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif, hingga E-Marketing*. Jakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Venus, A. (2018). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik (Revisi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

### **Jurnal**

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.

Agianto, R., Setiawati, A., & Firmansyah, R. (2021). Analisis Teknik Komunikasi Dan Negosiasi Bisnis Pada Drama Start-Up. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 1(2), 105–118.

Ali, K. (2021). Pengaruh Tayangan Televisi, Celebrity Endorsement, Terhadap Citra Merek (Brand Image) Kosmetik Maybelline. *GEMA : Jurnal Gentiaras Manajemen Dan Akuntansi*, 13(1), 1–11.

Amalia, N., Nuringwahyu, S., & Krisdianto, D. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Image Pada Iklan Produk Wardah (Studi Kasus Pada Konsumen Wardah Di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang). *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, 8(2), 113–120.

Angelina, M., Goenawan, F., & Tjahyana, L. J. (2021). Efektivitas Penggunaan NCT 127 sebagai Celebrity Endorser dalam Social Media Campaign Nu Green Tea #FixEnak di Instagram @nuteaid. *Jurnal E-Komunikasi*, 9(2), 1–12.

Bonde, F., Juanna, A., & Ismail, Y. L. (2022). Pengaruh Endorsement terhadap Brand Image Scarlett Whitening pada Media Sosial Instagram (Studi pada Agen Scarlett Whitening by Bunga Kosmetik Gorontalo). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 315–321.

Bulan, S. I. S., & Sudrajat, R. H. (2019). Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Arief Muhammad di Instagram Terhadap Brand Image Erigo Store. *Jurnal*



*Sosial Politik*, 5(2), 322.

- Cholifah, N., Suharyono, & Hidayat, K. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Image (Survei pada Konsumen Kosmetik Wardah di Counter Wardah Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 36(1), 170–177.
- Darmansyah, M. R. (2021). Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Terhadap Pembentukan Brand Image (Studi Pada Smartphone Oppo). *Jurnal Manajemen Tool*, 13(2), 24–31.
- Eliza, & Sukendro, G. G. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Deddy Corbuzier Terhadap Brand Image J&T Express. *Prologia*, 4(2), 347.
- Faradiba, S. F., & Hussein, A. S. (2022). Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(2), 258–269.
- Febriani, N. (2021). Efektivitas strategi komunikasi pemasaran celebrity endorsement di Instagram terhadap generasi Z. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 238.
- Gnegy, H. R. (2017). *Beauty and the Brand: A Digital Ethnography of Social Capital and Authenticity of Digital Beauty Influencers through Monetization Activities on YouTube*. West Virginia University.
- Guntara, R. V., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Brand Image Pada Evos Esports Di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 8(4), 3420–3432.
- Hartono, W., & Asepta, U. Y. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Peningkatan Penjualan Perusahaan Melalui Media Celebrity Endorsement advertising pada dunia E-Business. *Seminar Nasional Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis VI*. Jakarta: Universitas Tarumanegara.
- Hutapea, S., Besti, & Simbolon, R. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Pemasang Iklan Radio Kiss FM Medan Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 6(2), 128–137.
- Kurniawan, A. R., & Idris. (2015). Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Persepsi Nilai Sebagai Intervening. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*,

12(1), 53–65.

- Lubis, D. I. D., & Rahmat, H. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman*, 5(1), 15–24.
- Luthfiana, R. R. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Dan Social Media Instagram @npureofficial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Npure. *Communications*, 5(1), 372–397.
- Mariezka, F. I., Hafiar, H., & Yustikasari, Y. (2018). Pemaknaan Profesi Beauty Vlogger Melalui Pengalaman Komunikasi. *Nyimak: Journal of Communication*, 2(2), 95.
- Melmambessy, D. (2019). Pengaruh Keunggulan Asosiasi Merek, Kekuatan Asosiasi Merek, dan Keunikan Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Agya Pada PT. Hasjrat Abadi Cabang Jayapura. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2).
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>.
- Mujib, M., & Nurvianti, M. A. (2021). Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Meningkatkan Dana ZIS pada Lembaga Amil Zakat di Era Covid-19. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), 432–447.
- Narapersada, I., & Darwinsyah, M. (2021). Pengaruh Dian Sastro sebagai Celebrity Endorser terhadap Brand Image Samsung Galaxy S10. *Prosiding Jurnalistik*, 7(1), 395–415.
- Nurtiah, Abdillah, F., & Akbar, M. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Image Produk Pada Iklan Teh Kemasan. *Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi (Dinamika)*, 1(2), 76–82.
- Paramesti, S. A., C, Q. N., & Martha, L. P. (2018). Pengaruh Model Iklan Terhadap Citra Merek Produk Pond's. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 3(1), 43–52.
- Pattipeilohy, E. M. (2016). Citra Diri Dan Popularitas Artis. *Jurnal Kajian*

*Komunikasi*, 3(1), 22.

- Payapo, R. W., & Saiahainenia, S. (2022). Pengaruh Iklan dan Endorser terhadap Kesadaran Merek dan Hubungan dengan Keputusan Pembelian Ayam Geprek Benu di Kota Ambon. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(5), 1338–1348.
- Prasetya, A. (2021). Efektivitas Komunikasi Pemasaran Iklan di Produk Cetak dan Produk Online Lembaga Pers Mahasiswa Dinamika UIN SUMUT. *Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 31–41.
- Putra, A. H. P. K., Ridha, A., & As'ad, A. (2018). Celebrity Endorser Pada Jejaring Sosial Instagram Untuk Menarik Minat Pembelian Calon Konsumen. *Jurnal Economic Resource*, 1(1), 86–96.
- Putri, K. Y. S, dan Zulhamri, Dini, Lipur, A. (2020). Framing of Health Communication on Content Islamic Religious Education in New Media. *Indonesia Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 4(2), 189–203.
- Putri, N., & Malau, R. M. U. (2021). Pengaruh Endorser Tasya Farasya terhadap Brand Image Produk Safi. *E-Proceeding of Management*, 8(1), 643–653.
- Romli, N. A., Safitri, D., Yustisia, P., & Rosdiani, K. (2021). Inovasi Marketing Communication Produk Grameen Bank Untuk Pemberdayaan Komunitas Wirausaha Perempuan. *MetaCommunication: Journal Of Communication Studie*, 6(2), 145–155.
- Rosalina, I. F., & Putri, D. D. E. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Hasyakyla Utami Terhadap Brand Image Produk Emina Cosmetics,. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 25(3), 223–232.
- Roshan, P. A. A., & Sudiksa, I. B. (2019). Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention. *E-Jurnal Manajemen*, 8(8), 5164.
- Sadrabadi, A. N., Saraji, M. K., & Zadeh, M. M. (2018). Evaluating the Role of Brand Ambassadors in Social Media. *Journal of Marketing Management and Consumer Behavior*, 2(3), 54–70.
- Sasmita, J. L. (2015). Pengaruh Advertising Appeal , Attitude Toward Brand , dan Attitude Toward Advertising Terhadap Variabel Brand Preference pada Objek Iklan Popmie Edisi Gadis Hongkong. *Agora*, 3(2), 9.



- Satrio, D., & Darojah, N. (2020). Efektivitas Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk. *Jurnal ADPERTISIA*, 1(1).
- Setyaky, R. R., & Pratiwi, R. (2021). Pengaruh Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Dengan Persepsi Nilai Sebagai Moderasi. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(1), 58–70.
- Siller, A., Blaszkak, S. C., Lazar, M., & Olasz Harken, E. (2018). Update about the effects of the sunscreen ingredients oxybenzone and octinoxate on humans and the environment. *Plastic Surgical Nursing*, 38(4), 158–161.
- Sokolova, M., & Bobicev, V. (2015). Learning Relationship between Authors' Activity and Sentiments: A case study of online medical forums. *International Conference Recent Advances in Natural Language Processing*, 604–610.
- Sutjipto, V. W. (2015). Pemaknaan Eksploitasi Perempuan Melalui Iklan. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 52–69.
- Tasruddin, R. (2017). Tren periklanan di media sosial. *Jurnal Komodifikasi*, 5(1), 15–20.
- Wardani, R., Oktavia, F., Ali, S. A., & Suhud, U. (2022). Analisis Pengaruh Trust, Price, Brand Image, Service Quality, dan Customer Satisfaction terhadap Purchase Intention Pelanggan Kedai Minuman Boba. *Communications*, 4(1), 41–76.
- Winoto, Y. (2016). The Application of Source Credibility Theory in Studies about Library Services. *EduLib*, 5(2), 1–14.

### Website

- apjii.or.id. (2023). Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang. Retrieved June 13, 2023, from apjii.or.id website: <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>
- Balai POM. (2022). Press Release (Aksi Penertiban Pasar Dari Kosmetik Ilegal dan Mengandung Bahan Berbahaya Tahun 2022). Retrieved February 15, 2023, from pom.go.id website: <https://www.pom.go.id/new/view/more/berita/27597/press-release--aksi->

penertiban-pasar-dari-kosmetik-ilegal-dan-mengandung-bahan-berbahaya-tahun-2022.html

Hops.id. (2021). Kasus bullying 11 tahun lalu diungkit kembali, Dinar Amanda: Kenyataannya. Retrieved March 17, 2023, from [www.hops.id](http://www.hops.id) website: <https://www.hops.id/hot/pr-2942104400/kasus-bullying-11-tahun-lalu-diungkit-kembali-dinar-amanda-kenyataannya>

Idntimes.com. (2020). Kontroversial, 10 Potret Beauty Vlogger Dinda Shafay yang Lagi Viral. Retrieved February 2, 2023, from [www.idntimes.com](http://www.idntimes.com) website: <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/aprilia-nurohmah/kontroversial-10-potret-beauty-vlogger-dinda-shafay-yang-lagi-viral>

Kompas. (2021). Apa Itu Kosmetik dan Skincare Abal-Abal? Retrieved February 19, 2023, from [kompas.com](http://kompas.com) website: <https://lifestyle.kompas.com/read/2021/08/13/173318620/apa-itu-kosmetik-dan-skincare-abal-abal?page=all>

kppu.go.id. (2023). CEDS FEB Unpad Simpulkan Indeks Persaingan Usaha untuk Tahun 2022 Mengalami Peningkatan. Retrieved June 13, 2023, from [kppu.go.id](http://kppu.go.id) website: <https://kppu.go.id/blog/2023/02/ceds-feb-unpad-simpulkan-indeks-persaingan-usaha-untuk-tahun-2022-mengalami-peningkatan/>

Radarislam.com. (2016). Catat! Inilah Daftar Krim Pemutih Wajah yang Berbahaya. Retrieved July 5, 2023, from [www.radarislam.com](http://www.radarislam.com) website: <https://www.radarislam.com/2016/09/daftar-krim-pemutih-wajah-berbahaya.html?m=1>