

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A. F., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* ISBN: 978-623-7066-33-0. In *Pustaka Ilmu* (Issue March).
- Morissan. (2019). *Periklanan “Komunikasi Pemasaran Terpadu.”* Prenadamedia Group.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan.*

Jurnal

- Aunul, S. (2019). *Perilaku Komunikasi Digital Native dalam Pengungkapan Identitas Keagamaan di Media Sosial Instagram. Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 104–114.
<https://doi.org/10.21009/communicology.012.01>
- Barata, R. M. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador Dalam Membangun Brand Image Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pembelian Ponsel Pintar Samsung A51).*
- Frederica, E. A., & Utami, L. S. S. (2022). *Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Brand Ambassador Shopee Grup K-Pop Stray Kids). Kiwari*, 1(1), 28.
<https://doi.org/10.24912/ki.v1i1.15470>
- Gusfa, H., & Yanti, N. F. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Iklan Terhadap Brand Image Clear Dan Sikap Millenial. Jurnal Manajemen Komunikasi*, 6(2), 263–280.
<http://jurnal.unpad.ac.id/manajemen-komunikasi/article/view/34802>
- Hutapea, E., & Marlina, Y. (2022). *Komunikasi Budaya K-Pop Masyarakat di Kampung Bali, Harapan Jaya, Bekasi Di Era New Normal. Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10 (2), 228–248.
- Jonathan, J., & George Nicholas Huwae, G. N. H. (2022). *Pengaruh Daya Tarik*

Iklan Dan Brand Ambassador Song Joong Ki Terhadap Brand Image Scarlett Whitening. JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial, 2(1), 156–163. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i1.271>

Juanda, F., & Sondang, Y. (2014). *Analisa Pengaruh Visibility , Credibility , Attraction , Dan Power Celebrity Endorser Terhadap Brand Image Bedak Marcks Venus. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–8.

Justica, A., & Lestari, M. T. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador NCT 127 Terhadap Brand Image Produk Nu Green Tea. Openlibrarypublications.Telkomuniversity.Ac.Id*, 8(3), 9. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/managemen/article/view/15018>

Krisnawati, W. (2023). *Pengaruh Special Event “One Memorable Day With Oh Sehun” Terhadap Brand Image Skincare Withlab (Survey pada Pengunjung Special Event “One Memorable Day with Oh Sehun”)*.

Lestari, A. T., & Cahya, S. B. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador Korea Lee Minho, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Azarine (Studi Pada Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Unesa). Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2), 174–186.

Lukitaningsih, A. (2013). *Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Ambar Lukitaningsih Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta. Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 13(2), 116–129. <http://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/Ekonomi/article/view/670/576>

MPriadi, Martha Purnama, I. R. (2018). *Implementasi Human Capital Pada PT. Telkom Indonesia Kantor Wilayah Usaha elekomunikasi Bandung. Telkom Indonesia*, 48–66. <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/32888>

N, V. S., & Timurkara, K. (2023). *Beauty Class Beauty Class*. 54–81.

- Novalia, I. C., & Muhtarom, A. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cv. Boga Lestari. Jurnal Ekonomi Mahasiswa (JEKMA), Volume 1(No.1)*, 1–13.
- Novianto, Y H Suprianto, R A P Singgih, Jonathan, A H Gunadi, & Y P Wibisono. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Engagement Pada Kedai Bintoro Kopi. GIAT: Teknologi Untuk Masyarakat, 1(2)*, 1–12. <https://doi.org/10.24002/giat.v1i2.5975>
- Nugroho, A. (2017). *Pengaruh Motivasi Dan Minat Terhadap Prestasi Siswa Pada Mata Diklat Keselamatan Dan Kesehatan Kerja Di Smk Negeri 1 Sedayu. Wanastra: Jurnal Bahasa Dan Sastra, 9(2)*, 89–98.
- Raswen, R. N. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador Blackpink Terhadap Citra Perusahaan Shopee Pada Mahasiswi Di UIN Suska Riau. Jom Fisip, 6(2)*, 1–13.
- Salsabilla, S. J. (2023). *Analisis Perubahan Makna Meluas (Generalisasi) Dan Perubahan Makna Total Dalam Media Sosial Instagram. Jurnal Pendidikan Bhinneka Tunggal Ika, 1(3)*, 19–33. <https://doi.org/10.51903/bersatu.v1i3.243>
- Suha, D. A., & Hendriyani, C. T. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Terpaan Iklan Azarine X Red Velvet “Tinted Lippie Cake” di Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Azarine X Red Velvet “Tinted Lippie Cake” Pada Penggemar K-Pop di Surakarta. Jurnal Kommas, 1–17.*
- Sulwana, S. (2022). *Pengaruh Media Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi Dan Komunkasi Terhadap Keaktifan Belajar Siswa Pada Bidang Studi PAI di SMKN 1 Rukat Utara, Kecamatan Rukat Utara. Metode Penelitian Kualitatif, 17*, 43. [http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB%20III.pdf)
- Trisnawati, A., Prasetyo, S., Sutarman, A., & Habibie, P. (2024). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. The Indonesian Journal of Public Administration (IJPA), 9(2)*, 50–58. <https://doi.org/10.52447/ijpa.v9i2.7225>

Wafiy, H. A., Nurfebiaraning, S., Komunikasi, P. I., Telkom, U., Ambassador, B., & Image, B. (2020). *Brand Ambassador Lucas Wayv Terhadap Brand Image Neocoffe*. 7(2), 7295–7301.

Yuliani, N. N., Utamidewi, W., & Lubis, F. M. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Idol Korea Red Velvet Terhadap Minat Beli Produk Azarine Dikalangan Followers Instagram @azarinecosmeticofficial. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(1), 640–646.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10469522>

Website

Anggraini, W. (2022). *Perjalanan Azarine Cosmetics Sepanjang Tahun 2022, Brand Lokal Penuh Prestasi Membanggakan*. FIMELA.
<https://www.fimela.com/beauty/read/5167762/perjalanan-azarine-cosmetics-sepanjang-tahun-2022-brand-lokal-penuh-prestasi-membanggakan>

Azarine. (2023). *Azarine Cosmetic Resmi Menggandeng Red Velvet sebagai Brand Ambassador untuk Launching Makeup Series*. Azarine.Com.
[https://azarinecosmetic.com/a/azarine-cosmetic-resmi-menggandeng-red-velvet-sebagai-brand-ambassador-untuk#:~:text=Azarine Cosmetic Resmi Menggandeng Red Velvet sebagai Brand Ambassador untuk Launching Makeup Series,-Posted%3A 18 Jul&text=\(1%2F4%2F2023\),a](https://azarinecosmetic.com/a/azarine-cosmetic-resmi-menggandeng-red-velvet-sebagai-brand-ambassador-untuk#:~:text=Azarine Cosmetic Resmi Menggandeng Red Velvet sebagai Brand Ambassador untuk Launching Makeup Series,-Posted%3A 18 Jul&text=(1%2F4%2F2023),a)

Commite, C. (2023). *Uji Korelasi dengan SPSS*. Publikasi Jurnal Ilmiah News – HM Publisher. <https://cattleyapublicationservices.com/?p=736>

Compas.co.id. (2022). *10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace*. <https://Compas.Co.Id/>. <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>

Databoks.katadata.co.id. (2022). *Survei: 54% Konsumen Kosmetik Lebih Pilih Brand Lokal*. Databoks.Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/04/survei-54-konsumen-kosmetik-lebih-pilih-brand-lokal>

Dian, M. (2022). *Berawal dari Produk Salon dan Spa, Ini Cerita Cella Vanessa*

tentang Perjalanan Azarine Cosmetics. Beauty Jurnal ID.
<https://www.beautyjournal.id/article/interview-cella-vanessa-azarine?page=1>

Indonesia, C. (2022). *Indonesia Jadi Negara dengan K-Poper Terbesar di Twitter.* Cnnindonesia.Com.[https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20220126202028-227-751687/indonesia-jadi-negara-dengan-k-poper-terbesar-di-twitter#:~:text=Jakarta%2C CNN Indonesia --,dan didasarkan menurut unique authors.](https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20220126202028-227-751687/indonesia-jadi-negara-dengan-k-poper-terbesar-di-twitter#:~:text=Jakarta%2C%20CNN%20Indonesia--,dan%20didasarkan%20menurut%20unique%20authors.)

Iqbal, M. T. (2023). *MEMAHAMI R SQUARE (KOEFSIEN DETERMINASI) DALAM PENELITIAN ILMIAH.* Accounting.Binus.Ac.Id.
<https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-r-square-koefisien-determinasi-dalam-penelitian-ilmiah/>

Krisnawati, M. (2023). *Pangsa Pasar Besar, Industri Kosmetik Indonesia Makin 'Glowing.'* Rri.Go.Id. <https://www.rri.go.id/bisnis/365453/pangsa-pasar-besar-industri-kosmetik-indonesia-makin-glowing>

Tekno.kompas.com. (2023). *15 Medsos Favorit Orang Indonesia, Nomor 1 Bukan Instagram.* Kompas.Com.
https://tekno.kompas.com/read/2023/02/14/10300097/15-medsos-favorit-orang-indonesia-nomor-1-bukan-instagram?lgn_method=google

Tirto.id. (2023). *3 Rekomendasi Brand Kecantikan Lokal Terbaik: Ada Dear Me Beauty.* Tirto.Id. <https://tirto.id/rekomendasi-brand-lokal-kecantikan-terbaik-tokopedia-gN32>

Waluyo, D. (2023). *Fenomena Cantik Industri Kosmetik.* Indonesia.Go.Id.
<https://indonesia.go.id/kategori/editorial/7804/fenomena-cantik-industri-kosmetik?lang=1>