

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Pressindo.  
<https://idr.uin-antasari.ac.id/5014/1/Metodologi%20Penelitian%20Kuantitatif.pdf>
- Aliffia, S., & Purnama, H. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador Song Joong-Ki Terhadap Brand Image Scarlett Whitening*.
- Alma, B. (2010). *Manajemen Pemasaran*.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk (Bincar Nasution)*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Ayudhi, N. (2017). *Media Promosi*. <https://Dr-Niken.Blogspot.Com/2010/11/>.
- Balaka, Muh. Y. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. [www.penerbitwidina.com](http://www.penerbitwidina.com)
- Belali, N. (2017). *Mekanisme Lipstik dalam Mewarnai dan Melembabkan Bibir*.  
<http://jurnal.unpad.ac.id/farmasetika/article/view/15887/10671>
- Bulan, tengku P. L., & Azmi, M. L. (2019). *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Ruang Terbuka Hijau Taman Hutan Kota Langsa*.  
<https://ejournalunsam.id/index.php/jmk/article/view/2326/1694>
- Cece, I. Sen. (2015). *Pengaruh Brand Origin, Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Sepatu Macbeth Di Sogo Galaxy Mall Surabaya*. 1(2).
- Dewi, I. R., Handayani, S. R., & Nuzulu, N. F. (2014). Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol (Vol. 17, Issue 1)*.
- Djoharsah. (2017). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Hallyu Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Brand Switching dan Implikasinya terhadap Kepuasan Konsumen Kosmetik Di Jakarta*.  
<https://ejournal.borobudur.ac.id/index.php/1/article/view/26/24>
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152.  
<https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>

- Harahap, I. A. B., & Hidayat, W. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Masker wajah mustika Ratu (Studi Kasus pada Konsumen Kec. Tembalang Kota Semarang)*.
- Jeong, E., Choi, S., & Choi, J. (2018). The Effect of Corporate Cultural Marketing Activities on Brand Image and Loyalty-Focused on Naver Library, Starfield Library and Hyundai Card Library. *J Korean Soc Qual Manag*, 46(4), 1015–1028. <https://doi.org/10.7469/JKSQM.2018.46.4.1015>
- Khairul. (2018). Implementasi Augmented Reality Sebagai Media Promosi Penjualan Rumah. In *online) Kisaran, Asahan*.
- Kotler, P. (1995). *Marketing jilid II*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Lea-Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communications E-book*. Somerset, NJ.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran : Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global* (1st ed.). Alfabeta.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji*.
- Monawati, N., Gandung, S., & Nursamsu. (2019). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Vivo Smartphone Di Dino Cell Nganjuk*. <https://doi.org/10.30737/jimek.v2i2.550>
- Muanas, A. (2014). Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Di PT. Buana Indomobil Trada Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen, Vo.. 3*.
- Muhtarom, A., Syairoi, I., & Wardani, N. D. (2022). *Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Customer Relationship Marketing, Dan Kepercayaan Terhadap Peningkatan Penjualan Dimediasi Loyalitas Pelanggan Pada UMKM Ayam Potong Online Elmonsu*.
- Naomi, I. P., & Ardhiyansyah, A. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Pada E-Commerce Indonesia. *SENMABIS*, 1(1), 38–44. <https://prosiding.senmabis.nusaputra.ac.id/article/download/22/9>
- Pangkey, F. M., Furkan, L. M., & Herman, L. E. (2019). Pengaruh Artificial Intelligence dan Digital Marketing terhadap Minat Beli Konsumen. *JMM UNRAM - MASTER OF MANAGEMENT JOURNAL*, 8(3), 258–269. <https://doi.org/10.29303/jmm.v8i3.448>

- Parasari, N. S. M., Wijaya, G. C., Purwandari, D. P., & Permana, G. P. L. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Brand Ambassador dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Produk Avoskin Beauty di Denpasar. *Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 11(1). <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i1.1740>
- Pratiwi, M. S., Suwendra, I. wayan, & Yulianthini, N. N. (2014). Pengaruh Citra Perusahaan, Citra Produk dan Citra Pemakai Terhadap Keputusan Pembelian Produk Foremost pada Distro Ruby Soho di Singaraja. . . *Jurnal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen*, 2.
- Prayogi, M. F., & Djatmiko, B. (2019). *Analisis Brand Ambassador Pada Distro Random Apparel*. <https://prosidingfrima.digitechuniversity.ac.id/index.php/prosidingfrima/article/view/114/105>
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Zifatama.
- Probosini, D. A., Hidayat, N., & Yusuf, M. (2021). *Pengaruh Promosi dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Market Place X dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening* (Vol. 2, Issue 2). <http://pub.unj.ac.id/index.php/jbmk/article/view/268/222>
- Purba, D., & Purba, M. (2022). *Aplikasi Analisis Korelasi dan Regresi menggunakan Pearson Product Moment dan Simple Linear Regression*. 1(2), 97–103.
- Puspawati, D. P. H., & Ristanto. (2018). *Strategi Promosi Digital Untuk Pengembangan Pariwisata Kota Magelang*. 1(2), 1–20. <https://jurnal.magelangkota.go.id>
- Putra, M. I., Suharyono, & Abdillah, Y. (2014). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada pengguna LINE di Asia). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol* (Vol. 12, Issue 1).
- Rachmawati, P. (2023). *Edukasi terkait Keamanan Kosmetik Bagi Masyarakat*. <https://ejournal.atmajaya.ac.id/index.php/jmm/article/view/4308/2112>
- Rahmawaty, D., & Sari, D. I. (2019). *Buku Ajar teknologi Kosmetik*. CV IRDH.
- Rianto Rahadi, D. (2017). *Perilaku Pengguna Dan Informasi Hoax Di Media Sosial*.
- Royan, F. (2004). *Marketing Celebrities*. PT. Elex Media Komputindo.
- Saleh, S. (2017). *Analisis Data Kualitatif* (H. Upu, Ed.). Pustaka Ramadhan.



- Salusu, I. (2003). *Pengambilan Keputusan Stratejik Untuk Organisasi Publik Dan Organisasi Nonprofit* (Amirullah, Ed.). PT. Grasindo.
- Sasongko, G. A., & Setyawati, H. A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Daya Tarik Iklan, dan Product Packaging Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Exclusive Matte Lip Cream (Studi pada Masyarakat di Kabupaten Kebumen). In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen* (Vol. 4, Issue 4). <http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmmba/index>
- Shamma, H. M., & Hassan, S. S. (2011). Integrating Product and Corporate Brand Equity into Total Brand Equity Measurement. In *International Journal of Marketing Studies* (Vol. 3, Issue 1). [www.ccsenet.org/ijms](http://www.ccsenet.org/ijms)
- Siregar, S., & Supriana, D. T. (2018). *Socioi-Economic Characteristic That Affect The Income Of Corn Farmers In Simalungun District* (Vol. 01). [www.sumutprov.go.id](http://www.sumutprov.go.id)
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). *Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja*.
- Subianto, T. (2007). *Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian*. <http://e-journal.ukanjuruhan.ac.id>
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RAD*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Sugiyono, & Susanto. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel*. Alfabeta.
- Suprpti, N. W. S. (2010). *Perilaku Konsumen Pemahaman Dasar dan Aplikasinya Dalam Strategi Pemasaran*. 173.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2008). *Fandy Tjiptono dan Gregious Chandra (2008). Pemasaran Strategik. Edisi 2. Andi Yogyakarta: Vol. Edisi 2*.
- Tjiptono, & Fandy. (2001). *Strategi Pemasaran* (Edisi Kedua).
- Waluyo, A. A. (2021). *Perancangan Media Promosi Berbentuk Video Trailer Untuk Video Game Aquaculture Land Di Maulidan Games Kerja Praktik*.
- Wardah, Z., Topojiwono, & Np, Ma. G. W. E. (2016). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Taman Safari II Prigen Pasuruan). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol* (Vol. 40, Issue 1). [www.tamansafari.com](http://www.tamansafari.com),

Yudhistira, V., & Patrikha, F. D. (2021). *Pengaruh promosi Penjualan Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Variabel Kepercayaan Sebagai Mediator (Studi Pada Produk Fashion Online Di Surabaya)*.

Yusiana, R., & Maulida, R. (2015). Pengaruh Gita Gutawa Sebagai Brand Ambassador Pond's Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Telkom Jurusan D3 Manajemen Pemasaran). *Ecodemica*, Vol. 3.

