

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Aprianti, W., & Tjiptodjojo, K. I. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Awareness dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(2), 1275-1282.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2022). Key personel paham CPKB merupakan kunci sukses industri kosmetik dalam negeri. Jakarta: Badan POM RI
- Bancin, E. L. (2018). Girlband K-Pop yang Punya Banyak Fans Pria. *Kumparan.Com*. <https://kumparan.com/kumparank-pop/5-girlband-k-pop-yang-punya-banyak-fans-pria>
- Beautyhaul. (2022). 9 Artis Korea yang Menjadi *Brand Ambassador Skincare* Indonesia. <https://www.beautyhaul.com/blog/9-artis-korea-yang-menjadi-brand-ambassador-skincare-indonesia> Diakses 5 Agustus 2023.
- Berliana, Z. (2021). Mengenal TWICE, K-POP Girl Group Yang Terbentuk Karena Reality Show. Retrieved February 2, 2022 from <https://www.tokopedia.com/blog/profil-twice-ent/>
- Compas. (2021). 10 Brand Produk Perawatan Tubuh Terlaris Shopee dan Tokopedia. <https://compas.co.id/article/produk-perawatan-tubuh-terlaris/>. Diakses 5 Agustus 2023
- Compas. (2022). 10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Indonesia. <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>. Diakses 5 Agustus 2023.
- Creswell, John W & J. David Creswell. 2018. *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Fifth Edition*. SAGE Publications, Inc.
- Dermawanto, & Fajar, R. 2019. *Belajar Manajemen Dimulai Dari Sini*. Jakarta: STIE IPWIJA.
- Diananto, W. (2023). TWICE Jadi Star Ambassador Produk Skincare Indonesia Usai Raih Penghargaan Billboard Women in Music 2023. *Liputan6.com*. <https://www.liputan6.com/showbiz/read/5230237/twice-jadi-star-ambassador-produk-skincare-indonesia-usai-raih-penghargaan-billboard-women-in-music-2023?page=4>

- Doucett, Elisabeth. 2008. *Creating your Library Brand*. USA: The American Library Association
- Eva, E., & Widya, P. R. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Masuk Calon Mahasiswa Baru Di Institut Shanti Bhuana. *UMMagelang Conference Series*, 312–325.
- Fahmi, Irham. 2016. *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Firmansyah, M. Anang. 2019. *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Surabaya: CV Penerbit Qiara Media
- Hersika, E. I., Nastasia, K., & Kurniawan, H. (2020). Hubungan antara Kontrol Diri dengan Gaya Hidup Hedonisme Remaja di Kafe. *Psyche 165 Journal*, 13(1), 1–9. <https://doi.org/10.35134/jpsy165.v13i1.11>
- Hogarth, H. K. (2013). The Korean wave: An Asian reaction to western-dominated globalization. *Perspectives on Global Development and Technology*, 12(1–2), 135–151.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity (Fifth Edition)*. Pearson Education
- Kertamukti, Rama. (2019). *Strategi Kreatif dalam Periklanan Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Depok: RajaGrafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 edisi kedua belas edisi bahasa Indonesia. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan*. Jakarta: Rajawali
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*, Erlangga, Jakarta.
- Lailiya, N. (2020). Pengaruh brand ambassador dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian di Tokopedia. *IQTISHA Dequity jurnal MANAJEMEN*, 2(2), 113-126.
- Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. *Fashion Marketing Communications Ebook*. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Mahfoed, V. (2018). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK KECANTIKAN NAOBE SKINCARE (Studi pada Media dan Perusahaan Naobe Skincare)* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).

- Maulida, C. N., & Kamila, A. D. (2021). Pengaruh k-pop brand ambassador terhadap loyalitas konsumen. *Kinesik*, 8(2) : 137–145.
- Mujid, A., & Andrian, A. (2021). Strategi Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Minat Melanjutkan Sekolah. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 66. <https://doi.org/10.31599/jmu.v3i2.946>
- Murti, T.K. (2019). Pengaruh brand image, promosi dan biaya pendidikan terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan studi pada program studi pendidikan ekonomi. *Jurnal Edunomic*, 7(2).
- Muttaqin, R. (2022). Pengaruh Kim Soo Hyun Sebagai *Brand Ambassador* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* COSRX (Studi Pada Mahasiswa di Indonesia).
- Naraya, J. (2023). Selebriti Korea Menjadi Standar Kecantikan Baru yang Ideal?. <https://www.kompasiana.com/jingganarayaa6370/649b31124addee4d0152db42/selebriti-korea-menjadi-standar-kecantikan-baru-yang-ideal>. Diakses 23 Juli 2024
- Nuada, I. N., Oktiani, A., Suharti, S., & Faezal, M. (2021). ANALISIS PENGARUH BRAND AMBASSADOR, DESAIN WEBSITE DAN ONLINE REVIEW TERHADAP MINAT BELI ONLINE DI MARKETPLACE LAZADA. *Media Bina Ilmiah*, 16(1), 5961-5968.
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1175/MENKES/PER/VIII/2010 tentang Izin Produksi Kosmetika.
- Praditia, S. R., & Yulianita, N. (2022, July). Pengaruh Brand Ambassador Twice terhadap Minat Beli. In *Bandung Conference Series: Public Relations* (Vol. 2, No. 2, pp. 525-530).
- Pratiwi, A. A., & Sulistyowati, R. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Consumer Preference terhadap Keputusan Pembelian Skincare Whitelab (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya). *JlIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(9), 3298-3304.
- Rifda, A. (2021). Yuk Kenali Lebih Dekat 9 Profil Lengkap Anggota Twice. *Gramedia.com* <https://www.gramedia.com/best-seller/anggota-twice/>
- Riha, I. L., Pritasari, O. K., & Dwiyaniti, S. (2021). Analisis Perbandingan Minat Konsumen Remaja Putri Siswa SMK Pariwisata Terhadap Produk Kosmetik Skincare antara Produk Lokal di Surabaya dan Produk Luar Negeri. *E-Jurnal*, 10(3), 181-190.
- Rochimawati, & Aiz, B. (2018). Ini Peringkat Girlband Korea dengan Reputasi Terbaik. *Viva.Com*. <https://www.viva.co.id/showbiz/musik/108407-1-ini-peringkat-girlband-korea-denganreputasi-terbaik>

- Royan, Frans M. (2004). "Marketing Celebrities". PT Elex Media Komputindo, Jakarta
- Royan, Frans, (2016) Marketing Celebrities (selebriti dalam iklan dan strategi memasarkan diri sendiri). Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Sachdeva, S., Khan, Z., Ansari, M. A., Khalique, N., & Anees, A. (2011). Lifestyle and gallstone disease: Scope for primary prevention. *Indian Journal of Community Medicine*, 36(4), 263– 267. <https://doi.org/10.4103/0970-0218.91327>
- Safitri, J. (2020). Analisis Pengaruh Duta Merek, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian "Wardah"(Studi Kasus Mahasiswi Universitas Islam Indonesia).
- Sangadji, Etta Mamang; Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen. Yogyakarta. Andi
- Santrock, J.W. 2005. Adolescence : Perkembangan Remaja (Edisi Keenam). Jakarta : Erlangga.
- ScarlettWhitening. (2023). Tentang Kami. <https://scarlettwhitening.com/>. Diakses 5 Agustus 2023.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.CV
- Tan, D. (2015). TWICE Umumkan Nama Fansclub Resmi. Salam Korea. <http://salamkorea.com/read/celebritynews/2015/11/twice-umumkan-nama-fansclubresmi/>
- Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tranggono RI dan Latifah F, 2007, Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta; Hal. 11, 90-93, 167
- Wulandari, C., Siburian, P.S., & Asnawati, A. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo F3 di Samarinda.