

DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, Terence .(2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jilid I (edisi 5). Erlangga
- Aaker, D., A. (1996). *Building Strong Brands*. Free Press
- Akhmad, Jazuli. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis; Dilengkapi Contoh Hasil-Hasil Penelitian*. Graha Ilmu.
- Alma, Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta
- Amirullah. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen*. Bayu Media.
- Andries, Alfa Loudy. (2014). The Influence of Korean's Celebrity Endorsment and Youth Buying Behavior on Youth Apparel Keputusan Pembelian in Manado. *Jurnal EMBA*, 2. 602-611
- Arianty, N. dan Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*. 1(4), 39-50.
- Assauri, Sofjan. (2015). *Manajemen Pemasaran* Rajawali Pers
- Azahari, A., dan Hakim, L., (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Manajemen, Organisasi, dan Bisnis* 1(4), 553-564.
- Darmawan, Deni. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Dewi, L. G. P. S., Edyanto, N., dan Siagian, H. (2020). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia. *SHS Web of Conferences*, 76 (10), 121-131
- Egsaugm.com (2020). Fenomena Korean Wave di Indonesia. <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/09/30/fenomena-korean-wave-di-indonesia/>
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Andi
- Febrina, Mila. (2017). *Pengaruh Brand Ambassador dan Hallyu Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Brand Switching dan Implikasinya Terhadap Kepuasan Konsumen Kosmetik di Jakarta* [Skripsi].
- Fitrianto, E. M., Nofiawaty., & Iisnawati. (2020). Brand Ambassador Performance and the Effect to Consumer Decision Using VisCAP Model on Online Marketplace in Indonesia. *Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business*, 4(1) .
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hamdi, Asep Saepul. (2014), *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*. Deepublish.
- Hanaysha, Jalal Rajeh. (2018). An examination of the factors affecting consumer's purchase decision in the Malaysian retail market, *PSU Research Review: An International Journal* , 2 (1), 7-23. DOI 10.1108/PRR-08-2017-0034
- Hermawan., Asep. (2005). *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Instagram.com. (2023). <https://www.instagram.com/>
- Peter, Paul J. dan Jerry C. Olson. (2013). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Dialihbahasakan oleh Damos Sihombing. Erlangga.
- Kara, Chan., Yu, Leung., dan Edwin, K.Luk. (2013). Impact of Celebrity Endorsment in Advertising on Citra Merek Among Chinese Adolescent. *Young Consumers* (14)2, 167-179.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan*. Raja Grafindo Persada.
- Khairinal. (2016). *Menyusun Proposal, Skripsi, Thesis, Thesis, Disertasi*. Salin Media.
- Khairuna, D.J. (2023). *Pengaruh Brand Image dan Korean Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Scarlet Whitening di Kota Banda Aceh*. [Skripsi]
- Khairunnisa, F., dan Jamiat, N., (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Secara Online Melalui E-Commerce Shopee Di Indonesia. *e-Proceeding of Management*, 8 (1), 397-407.
- Kolinug, M. S., Mananeke, L., dan Tampenawas, J. L. A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon (Studi Kasus Pada Mahaiswa Sam Ratulangi). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), 101-111.
- Kotler, Keller. (2016). *Marketing management. 15e*. Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Gary Amstong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1*. Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. (2013). *Manajemen Periklanan*. UB PRESS.
- Kumala, E. F., Widodo, J., dan Zulianto, M. (2022). The Effect Of Using The K-Pop Idol Ambassador Brand And Company Brand Image On Purchase Decisions On The Marketplace Shopee, *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1).

- Lea-Greenwood, Gaynor. (2012). *Fashion Marketing Communications E-book*. Wiley.
- Lestari, H. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador dan Korean Wave terhadap Citra Merek serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei Online pada Konsumen Innisfree di Indonesia dan China* [Skripsi]. Universitas Brawijaya Malang
- Malau, Harman. (2017). *Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Alfabeta
- Meilina, Arisa. (2021). *Analisis Pengaruh Celebrity Endorsment dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau* [Skripsi]. Universitas Islam Riau
- Melati. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish
- Misbahuddin, dan Hasan, Iqbal. (2022). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik (Edidi Kedua)*. Bumi Aksara
- Onalisa, E. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image, Harga, Scralett Whitening, Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Remaja Pengguna Scralett Whitening di Kota Sumenep)* [Skripsi]. Universitas Islam Malang.
- Pambudi, B. S., Suyono, dan Adiyanto, M. R. (2021). *Pengaruh Citra Daerah Terhadap Keputusan Pembelian Produk Asli Madura di Online Shop untuk Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Kreatif di Madura*. CV Adanu Abimata.
- Prasetyo, P. E. (2016). *Brand Ambassador dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi Oleh Citra Merek (Studi Kasus Pada XL Axiata di Pelajar dan Mahasiswa Yogyakarta)*. [Skripsi]. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif (edisi revisi)*. Zifatama Publishing.
- Purnama, L. W., dan Dwi N. (2022). Brand Image Pemediasi Pengaruh Advertising dan Brand Ambassador Idol K-Pop pada Keputusan Pembelian di Tokopedia. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha*, 2(2), 418-435
- Putra, D. H., Lubis, R., Asir, M., Muthalib, A. D., dan Anwar, A. M. (2023). Peran Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Darma Agung*, 31(1), 799-806.
- Putra, M. Ikhsan. (2014). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pengguna Line Di Asia). *Jurnal Administrasi Bisnis UB*.12(1)

- Putri, E. M. A., dan Asep, M. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(14), 85-90
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Mulawarman University Press.
- Riyanto, Slamet. dan Aglis Andhita Hatmawan. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Royan, dan Frans. (2004). Marketing Celebrities “Selebriti Dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri”. Alex Media.
- Safika, E. dan Raflah, W. J. (2021). The Influence of Brand Image, Brand Ambassador and Price on Purchasing Decisions for Scarlett Whitening Product in Riau, *Jurnal Inovasi Bisnis*, 1(01), 8-13.
- Sari, D. Y., (2019). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah*. [Skripsi]. Universitas Jambi
- ScarlettWhitening.com. (2023). Meet Scarlett Products. <https://scarlettwhitening.com/product>
- Schiffman, E., dan Kanuk, L. L. (2018). *Perilaku konsumen (5th ed.)*. PT. INDEKS
- Schiffman, K. (2006). *Consumer Behavior*. Pearson Prentice Hall.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L., L. (2018). *Perilaku Konsumen*, Edisi 7. Alih Bahasa: Zoelkifli. Indeks
- Siahaan, M. D. Y., Suherman, dan Basrah, S. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Konten Iklan Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Marintan. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Keuangan*, 33(1), 1–12
- Sinambela, L. P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif; Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Publik, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Graha Ilmu.
- Siskhawati, L., dan Hutomo, A. M. (2021). The Influence Of Brand Ambassador and Korean Wave On Purchase Decision For Neo Coffee Products, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 24(01)
- Siyoto, Sandu, dan Sodik, Ali. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing
- Spry, A., Pappu, R. dan Cornwell, T.B. (2011). Celebrity endorsement, brand credibility and brand equity. *European Journal of Marketing*, 45(6)., 882-909.

- Sugeng, Bambang. (2020). *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*. Deepublish
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Suharjo, Bambang. (2013). *Statistika Terapan, Disertai Contoh Aplikasi dengan SPSS*. Graha Ilmu.
- Sujarweni, V. Wiratna. dan Poly Endrayanto. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Graha Ilmu.
- Sukardi. (2016). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*. PT Bumi Aksara.
- Supriyadi, Edi. (2014). *SPSS +Amos*. In Media
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT Remaja Rosdakarya.
- Swastha, Basu., dan Irawan. (2003). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty Yogyakarta.
- Syam, A. N. M., dan Wijaksana, T.i. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening. *E-Proceeding of Management*, 9(4), 2124-2134.
- Valerie Joan. (2022). Produk Kecantikan Tembus Transaksi Rp210 Miliar, Brand Lokal Terfavorit. Diakses pada 18 Februari 2023, dari [https://compas.co.id/article/ penjualan-produk-kecantikan/](https://compas.co.id/article/penjualan-produk-kecantikan/)
- Wardani, Ema Sukma. dan Awan Santosa. (2020). Pengaruh Hallyu, Ambassador Merek. dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Atas Produk Republik Natur di Yogyakarta. *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi*. 8(2), 203-211.
- Werang, B., R. (2015). *Pendekatan Kuantitatif Dalam Penelitian Sosial*. Calpulis.