

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Angkasa. 2017. Pengaruh Citra Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Membeli Motor Honda BEAT Di Kota Manado. Jurnal EMBA Vol.5 No.2 Juni 2017, Hal. 1834-1845
- Ambarwati, ayu. 2021. Brand Ambassador Bertabur Bintang Korea. Diakses pada 10 November 2021 dari, <https://readtimes.id/brand-ambassador-bertabur-bintang-korea/>.
- Amilia, Suri dan Asmara, M. Oloan. 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. Jurnal Manajemen dan Keuangan. Vol. 6, No. 1, Hal. 660-669.
- Assauri, Sofjan. 2007. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Bailia, J. F., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado. Jurnal Emba ISSN 2303-1174, Volume 2 Nomor 3, 1768-1780.
- BPS.go.id, 2020. Pertumbuhan Produksi IBS Tahun 2019 Naik 4,01 Persen dibandingkan Tahun 2018. Diakses pada 10 November 2021 dari, <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/02/03/1739/pertumbuhan-produksi-ibs-tahun-2019-naik-4-01-persen-dibandingkan-tahun-2018.html>.
- Compas.co.id. 2021. Produk Kecantikan Tembus Transaksi 20 Miliar, Brand Lokal Terfavorit. . Diakses pada 10 November 2021 dari, <https://compas.co.id/article/produk-perawatan-tubuh-terlaris/>
- Debby, Aprilia. 2018. Pengaruh Tagline dan Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness Produk Wardah Kosmetik (Studi pada mahasiswa (S1) Fisip Universitas Medan Area).
- Delima, Ade dan Hajar M.A. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Dan Promosi Terhadap Konsumen Kepuasan Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen (Toko Online).
- Destiani, Gita P dan Maherni E. S. 2020. Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Mie Sedaap Korean Spicy Chicken Di Bandung. ISSN : 2355-9357 Vol.7, No.1 April 2020.

femaledaily.com. diakses pada 10 November 2021 dari, https://reviews.femaledaily.com/products/moisturizer-36/creams-body-butter/scarlett/scarlett-fragrance-hand-and-body-whitening-cream?cat=&cat_id=0&age_range=&skin_type=&skin_tone=&skin_under_tone=&hair_texture=&hair_type=&order=newest&page=1.

Ghozali, Imam, Hengky Latan. 2015. Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris. BP Undip. Semarang.

Ghozali, 2014. Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan

Penerbit UNDIP , Semarang. Ghozali, Imam, 2011, Structural Equation Modeling Metode Alternatif. Dengan Partial Least Square (PLS) Edisi 3, Badan Penerbit Universitas. Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Habibah, N.A., Widiatningrum, T., Anggraito, Y.U., Rahayu, E.S.,

Mukhtar, K., Wijawati, N., Musafa, F. (2018). Growth of *Elaeocarpus grandiflorus* callus cultures in MS medium with various concentrations of growth regulators. International Conference on Mathematics, Science and Education 2018 (ICMSE2018). 984-1.

Harahap, Lenni K. 2020. Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square).

Indrasari, Meithiana. 2019. Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.

Indrawati. (2015). Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi. Teknologi Komunikasi dan Informasi, Bandung : Aditama.

Indriantoro, Nur., dan Supomo, Bambang. (2013). Metodologi Penelitian Bisnis Untuk. Akuntansi & Manajemen. Yogyakarta: BPFE.

Isototo, Slamet dan Iwan K.S. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Dan

Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Buah Melon Pt. Syafina Niaga. Vol.6. No. 2 Mei-Agustus 2018 SSN: 2338 - 4794.

Keller, Kevin Lane. 1998. Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. New Jersey: Prentice-Hall, Inc. Keller, Kevin L. 2013. Strategic Brand Management ; Building, Measuring, and

Managing Brand Equity. Fourth Edition Harlow, English : Pearson Education Inc.

Kemenparin.go.id. 2021. Tingkatkan Daya Saing IKM Kosmetik, Kemenperin Gencarkan Restrukturisasi Mesin dan Peralatan. Diakses pada 10 November 2021 dari, <https://kemenperin.go.id/artikel/22550/Tingkatkan-Daya-Saing-IKM-Kosmetik,-Kemenperin-Gencarkan-Restrukturisasi-Mesin-dan-Peralatan>.

Kemenperin.go.id. 2020. Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik, Senin, 27 Januari 2020, Sumber: Koran Tempo (27/01/2020). Diakses pada 10 November 2021 dari, <https://kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik>.

Kertamukti, R (2015). Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): Marketing Managemen and Brand management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2014): Principle Of Marketing, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.

Kotler, P. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran. Alih Bahasa: A.B. Susanto. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Penerbit Erlangga.

Kotler, K.(2009). Manajemen Pemasaran 1. Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga.

Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. Fashion Marketing Communications Ebook. Somerset, NJ, USA: Wiley.

Mulyatiningsih, Endang . (2012) Metodologi Penelitian Terapan. Yogyakarta: Alfabeta.

Pasharibu, J. &. (2019). Pengaruh Brand Ambassador dan Tagline Terhadap Pembelian Online Keputusan dengan Mediasi Brand Ambassador. Ekonomi dan Bisnis, 4, 357–380.

Ramadhanti, Shafira dan Osly Usman. 2021. Pengaruh Brand Duta BTS, Brand Image dan Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian E-COMMERCE Tokopedia. Rosyadi, Agi. 2021. Peran Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Melalui Brand Awareness. Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa Vol. 18, No. 2 September 2021.

Resmawa, IN (2017). Pengaruh Citra Merek dan Pengetahuan Produk Terhadap Pembelian Niat dengan Green Price sebagai Variabel Moderasi pada

- Produk Body Shop di Surabaya. Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, 1 (2), 1-11.
- Rozalia, Handayani .R, Rusminah .Hs. 2020. Ketertarikan Konsumen Pada Brand Ambassador Dan Citra Merek Pada Keputusan Pembelian. P-Issn : 0853-9571 Vol. 8, No. 2 – September 2020.
- Rossiter, Jhon. R and Larry Percy. (2012). Advertising And Promotion Management. Mc-Graw-Hill Inc : Alright All Reserved Printed In The United States Of America.
- Rosyadi, Agi. 2021. Peran Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Melalui Brand Awareness. Jurnal Manajemen Dan Bisnis: Performa Vol. 18, No. 2 September 2021.
- Rossiter, Jhon. R and Larry Percy. (2012). Advertising And Promotion Management. Mc-Graw-Hill Inc : Alright All Reserved Printed In The United States Of America.
- Samosir, L. S. (2016). Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador “Dewi Sandra” terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kosmetik Wardah di Kota Bandung. Jurnal Sosioteknologi, 15(2), 233-240.
- Sangaji, Niko., Vincent Hadi .W, Tri Mulyaningsih. 2019. Pengaruh Revolusi Industri 4.0 Pada Kewirausahaan Untuk Kemandirian Ekonomi. ISSN: 2685-1474.
- Saputro, A., & Sugiharto, S. (2018). Pengaruh Pemasaran Digital dan Brand Ambassador dalam Membentuk Identitas Merek sebagai Variabel Intervensi Terhadap Niat Beli Pada Produk Markobar. Jurnal Strategi Pemasaran, 5 (2), 1–8.
- Savitri, Astrid. 2019. Revolusi Industri 4.0. Yoyakarta : Genesis.Scarlettwhitening.com. diakses 10 November 2021 dari, www.scarlettwhitening.com.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. Perilaku konsumen. Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Setyosari, Punaji. 2010. Metode Penelitian Penelitian dan Pengembangan. Jakarta: Kencana.
- Shimp, Terence. 2014. Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi. Jakarta: Salemba Empat
- Sterie,Wua .G., J.D.D.Massie., D.Soepono. 2019. Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel. ISSN 2303-1174.

- Subroto. 2013. Pengaruh Market Orientation Terhadap Service Quality Satisfaction dan Loyalty Pelanggan. JMK. Vol. 15 No. 1.
- Sugiyono. (2014) Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. Yogyakarta : ANDI.
- Sukma, Kadek A.D.S.K dkk. 2016. Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah Men's Biore. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No.7, 2016: 4016-4043 ISSN : 2302-8912.
- Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi Pemasaran Edisi 4. Yogyakarta : ANDI.
- Tjiptono, Fandy. 2001. Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen, Yogyakarta: BPFE.
- Valerie Joan. Readtime.com. 2021. Produk Kecantikan Tembus Transaksi 20 Miliar, Brand Lokal Terfavorit. . Diakses pada 10 November 2021 dari, <https://compas.co.id/article/penjualan-produk-kecantikan/>.
- Wang, Felicia Dan Evo Sampetua H. 2016. Pengaruh Brand Duta Terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian Konsumen : Kasus Tous Les Jours di indonesia. www.researchgate.Net/Publication/298787134
- Wijoyo, dkk. (2020). Manajemen Pemasaran di Era Globalisasi. Banyumas: CV. Pena Persada