

## DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, A., Bastikarana, R. S., Ramadhanti, A. R., & Widiyanesti, S. (2020, June). *Recognizing Personality from social media Linguistic Cues: A Case Study of Brand Ambassador Personality*. In *2020 8th International Conference on Information and Communication Technology (ICoICT)* (pp. 1-5). IEEE.
- Annur, C. M., & Bayu, D. J. (2021, Oktober 21). *ataboks*. Retrieved from [ataboks.katadata.co.id](https://ataboks.katadata.co.id):  
<https://ataboks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/21/kim-soo-hyun-aktor-korea-selatan-dengan-bayaran-termahal-pada-2021>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (planning & strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah.M.A. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Greenwood, G. L. (2012). *Fashion Marketing Communications*. USA: Wiley.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Hastuti, P., Nurofik, A., Purnomo, A., Hasibuan, A., Aribowo, H., Faried, A. I., ... & Saputra, D. H. (2020). *Kewirausahaan dan UMKM*.
- Heppiana Lestari, Sunarti, and Aniesa Samira Bafadhal, Pengaruh Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Konsumen Innisfree Di Indonesia Dan China), *Jurnal Administrasi Bisnis* 66 (1): 67–78, 2019
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press.
- Indrawati, P. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Isyanto, P., Rahayu, S., & Sinaga, O. (2020). *Micro Influencers Marketing and Brand Image toPurchase Intention of Cosmetic Products Focallure*.

*Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(1), 601-605.  
doi:10.5530/srp.2020.1.75

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

KOFICE. (2021). *International Exchange with Korea Local Cultural Content*. Retrieved from eng.kofice.or.kr:  
[http://eng.kofice.or.kr/what\\_we\\_do/what\\_we\\_do\\_1.asp](http://eng.kofice.or.kr/what_we_do/what_we_do_1.asp)

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (16th ed.). Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). United Kingdom: Pearson Education Limited.

Kotler, P., & Keller, K. (2013). *Manajemen Pemasaran* (Vol. 2). Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., Keller, K. L., & Armstrong, G. (2017). *Marketing Management. 15th global edition*. England: Pearson Education Limited.

Lestari, H., Sunarti, S., & Bafadhal, A. S. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Konsumen Innisfree Di Indonesia Dan China). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 66(1), 67-78.

Lubis, D., & Hidayat, R. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1), 15-24.

Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat

Mahendratmo, B. P. J., & Ariyanti, M. (2019). Analysis Of E-Marketing Mix To Consumer Purchase Decisions Traveloka. *Asian Journal of Management Sciences & Education*, 8(1), 72-82.

Pasquier, M., & Villeneuve, J. P. (2018). *Marketing management and communications in the public sector* (p. 274).

PT Opto Lumbung Sejahtera. (2021). *Scarlett Reveal Your Beauty*. Retrieved from scarlettwhitening.com: <https://scarlettwhitening.com/>

Putra, P., Sinarwati, N., & Darmawan, N. (2014). Pengaruh Asimetri Informasi dan Ukuran Perusahaan terhadap Praktik Manajemen Laba. *JIMAT (Jurnal*

*Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha, 2(1).*

Putri, A. N., Handayani, T., & Astuti, M. (2019). Pengaruh iklan, selebriti pendukung dan pemasaran dari mulut ke mulut terhadap kesadaran merek pada produk mie sedaap. *Jurnal Manajemen Universitas Mulawarman, 11(1)*, 24-23.

Rachmawati, I., & Damayanti, N. Z. *Analysis of The Effect of Electronic Word of Mouth (E-Wom), Brand Image, Perceived Quality, And Customer Satisfaction in The Millennial Generation (Study in Finpay Money in Pt Finned Indonesia).*

Rastati, R. (2020, Agustus 28). *Survey Result: K-Drama Consumption Amidst COVID-19 Pandemic in Indonesia*. Retrieved from [pmb.brin.go.id: https://pmb.brin.go.id/survey-result-k-drama-consumption-amidst-covid-19-pandemic-in-indonesia/](https://pmb.brin.go.id/survey-result-k-drama-consumption-amidst-covid-19-pandemic-in-indonesia/)

Rizaty, M. A., & Mutia, A. (2021, Oktober 5). *databoks*. Retrieved from [databoks.katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/05/industri-kosmetik-tumbuh-559-persen-ini-merek-perawatan-tubuh-terlaris-pada-agustus-2021](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/05/industri-kosmetik-tumbuh-559-persen-ini-merek-perawatan-tubuh-terlaris-pada-agustus-2021)

Rizki, A.G., Hidayat, K. and Rahma Devita, L.D., 2019. Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee Indonesia. (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 yang Membeli Barang Secara Online di E-commerce). *Jurnal Administrasi Bisnis, 72(2)*, pp.49-56.

Sadrabadi, A. N., Saraji, M. K., & Monshizadeh, M. (2018). Evaluating the Role of Brand Ambassador in social media. *Journal of Marketing Management and Consumer Behaviour*

Safika, E., & Raflah, W. J. (2021). The Influence of Brand Image, Brand Ambassador and Price on Purchasing Decisions for Scarlett Whitening Product in Riau. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis Seri Manajemen, Investasi Dan Kewirausahaan, 1(1)*, 8-13. doi:10.35314/inovbizmik.v1i1.1876

Safitri, N. (2022, Januari 6). *Kolaborasi Scarlett Whitening dan Song Joong-Ki*

*sebagai Brand Ambassador*. Retrieved from [kompasiana.com: https://www.kompasiana.com/noviasafitri2183/61d701732da2374c787ad2c3/kolaborasi-scarlett-whitening-dan-song-joong-ki-sebagai-brand-ambassador](https://www.kompasiana.com/noviasafitri2183/61d701732da2374c787ad2c3/kolaborasi-scarlett-whitening-dan-song-joong-ki-sebagai-brand-ambassador)

Sari, P. K., & Prasetio, A. (2018, October). Customer awareness towards digital certificate on e-commerce: Does it affect purchase decision? In *2018 Third International Conference on Informatics and Computing (ICIC)* (pp. 1-4). IEEE.

Sangadji, EM, & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi

Siswanto, B. (2021). *Pengantar manajemen*. Bumi Aksara.

Son, S., & Kijboonchoo, T. (2016). The impact of Korean wave on the purchase intention of Korean cosmetics of Thai people in Bangkok and Chonburi, Thailand. *PSAKU International Journal of Interdisciplinary Research (PSAKUIJIR)*, 5(2).

Sonia Cipta Wahyurini, & Trianasari, N. (2020). Analisis Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i1.321>

Sterie, W. G., Massie, J. D., & Soepono, D. (2019). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PT. TELESINDO SHOP SEBAGAI DISTRIBUTOR UTAMA TELKOMSEL DI MANADO. *Jurnal EMBA Vol.7 No.4*, 3139 - 3148.

Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. CV. PUSTAKA ABADI

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. (Sutopo, Ed.). Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *In Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, W. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Baru

Press. Takaya, R. (2019). *The Effect Of Celebrity Endorsement On Brand*

Image And

Trust Brand And Its Impact To Purchase Intention Case Study: Oppo Smartphone. *Business and Entrepreneurial Review (BER)*, 17(2), 183-196.  
doi:10.25105/ber.v17i1.5228

Yulia, F. (2019). Lamsah, and Periyadi. *BUKU MANAJEMEN PEMASARAN\_compressed. pdf, no.*

Wang, F., & Hariandja, E. (2016). The Influence of Brand Ambassador on Brand Image and Consumer Purchasing Decision: A Case of Tous Les Jours in Indonesia. *International Conference on Entrepreneurship (IConEnt)*, 1, 292-306.