

Daftar pustaka

- Bambang Sukma Wijaya (2013) 'Dimensions of Brand Image: A Conceptual Review from the Perspective of Brand Communication ', *European Journal of Business and Management*, 05.
- 'Compas.co.id' (2022).
- Donni Juni Priansa (2017) *Perilaku Konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Fandy Tjiptono (2019) *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Imam Ghazali (2018) *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Investor.id* (2022).
- John Backaler (2018) *DIGITAL INFLUENCE UNLEASH THE POWER OF INFLUENCER MARKETING TO ACCELERATE YOUR GLOBAL BUSINESS*. USA: Palgrave Macmillan.
- Kadata.co.id* (2021).
- 'Kumparan.com' (2022).
- M. Anang Firmansyah (2019) *Perilaku Konsumen (sikap Pemasaran)*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Marischa Aqilah Faradilla and Sonja Andarini (2022) 'Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Produk Maybelline New York Melalui Sikap pada Iklan Sebagai Variabel Mediasi', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 2022.
- Muthia Ekadiany (2021) 'PENGARUH CELEBRITY ENDORSER (RACHEL VENNYA) DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK SCARLETT WHITENING (Studi Pada Pengguna Instagram di Kota Padang)'
- Natasya Ayu Apriliyanti (2022) 'PENGARUH BRAND AMBASSADOR ARTIS KOREA TERHADAP MINAT BELI PRODUK SCARLETT WHITENING (STUDI PADA

MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2018 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG)'.

Philip Kotler and Gary Armstrong (2016) *Marketing Management*. 15th edn. London: Pearson Education Limited.

Philip Kotler and Kevin Lane Keller (2016) *marketing Management*. 16 Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Philip Kotler and Kevin Lane Keller (2016) *Marketing Management Global Edition*. 15 edition. London: Pearson Education Limited.

Praditha Nurul Andini (2021) 'PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI PENGGUNA APLIKASI TOKOPEDIA (Studi kuantitatif pada pengguna aplikasi Tokopedia di DKI Jakarta)'.

Rama Kertamukti (2017) *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Depok: PT.Raja Grafindo Persada.

Sari Anjani and Irwansyah (2020) 'PERANAN INFLUENCER DALAM MENGKOMUNIKASIKAN PESAN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM', *Jurnal Ilmiah*, 16.

scarlettwhitening.com 2022.

Siti Nur Chofiyatun (2020) 'PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI MELALUI BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING'.

Sri Widyastuti (2017) *Manajemen Komunikasi Pembayaran Terpadu*. Jakarta Selatan: FEB UP Press.

Sugiyono (2019) *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.