

## DAFTAR PUSTAKA

- Aliffia, S. & Purnama, H. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Song Joong-Ki Terhadap Brand Image Scarlett Whitening. *E-Proceeding of Management*, 9 (2), 1259.
- Bambang D. Prasetyo. (2020). *Strategi Branding Teori dan Prespektif Komunikasi Dalam Bisnis*. Malang: UB Press.
- Dewi, L. & Siagian, H. (2020). The Effect of Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia. *SHS Web of Conferences*, 76 (4), 1-10.
- Digdowiseiso, K. & An'nisa, B. (2021). The Effects of Brand Ambassador, Digital Marketing, and Instagram Use on Brand Trust: A Case Study of Scarlett Whitening Product. *Budapest International Research and Critics Institute Journal*, 4 (4), 12027-12033.
- Elidawaty Purba. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Elsanora, N. & Primadani, B. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Jerome Poline Terhadap Brand Image Zenius Education. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5 (1), 68-75.
- Engkus. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien di Puskesmas Cibitung Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Governansi*, 5 (2), 99-103.
- Fadila, D. & Wahab, Z. (2021). The Effect of Brand Image, Brand Ambassador, and Product Quality on The Purchase Decision of Mustika Ratu Products (Study on Sriwijaya University Students). *International Journal of Social Sciences*, 4 (1), 182-189.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Gaynor Lea-Greenwood. (2013). *Fashion Marketing Communication*. West Sussex: John Wiley & Sons, Ltd.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadiani, D. & Nurfadilah, A. (2017). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sepeda Motor Honda Di CV. Buana Jaya Cemerlang Banjar. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis*, 1 (2), 145-154.
- Hamdani, A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador NCT Dream Terhadap Minat Beli Produk Mie Instan Lemonilo di Kota Bandung. Skripsi. Telkom University. Bandung.
- I. Riha, Maspiyah, O. K. Pritasari, and S. Dwiyantri, "Analisis Perbandingan Minat Konsumen Remaja Putri Siswa Smk Pariwisata Terhadap Produk Kosmetik Skincare Antara Produk

Lokal Di Surabaya Dan Produk Luar Negeri (Korea),” E-Jurnal, vol. 10, no. 3, pp. 181–190, 2021.

- I. Syafira Nurwanti and P. Aulia, “Pengaruh Brand Ambassador BTS Terhadap Brand Image Samsung Di Kota Bandung The Influence Of Bts As Brand Ambassador Toward Brand Image Samsung In Bandung City,” pp. 2090–2099, 2022, [Online]. Available: [www.pikiran-rakyat.com](http://www.pikiran-rakyat.com).
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kirana, L. & Trijayanti, R. (2020). Pengaruh Zaskia Adya Mecca Sebagai Brand Ambassador Dalam Instagram Meccanismoofficialshop Terhadap Brand Image Meccanism. *E-jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8 (2), 308-320.
- Kurniawan, A. & Puspaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Lailiya, N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia. *Istishad Dequity*, 2 (2), 113-126.
- Mashur, Razak. (2016). *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alaudin University Press.
- Masyita, D. & Yulianti, A. (2017). Pengaruh Brand Ambassador Dian Satrowardoyo Terhadap Brand Image Produk Makeup L’oreal Paris. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 3 (1), 41-47.
- Mesra, B. (2017). *Statistika Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Deepublish.
- Pamungkas, Indra. (2018). *Integrated Marketing Communication 4.0*. Bandung: Megautama.
- Permatasari, B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kepercayaan, dan Keahlian Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembeli. *Jurnal Technobiz*, 3 (6), 31-36.
- Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV Alfabeta.
- Rizaty, A. (2022). Pengguna Instagram Pada Oktober 2022. Diakses pada 22 November 2022, dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9738-juta-pengguna-instagram-pada-oktober-2022>
- Roza’in, A. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser, Gaya Hidup, dan Media Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Smartfren Andromax di Kota Kediri. *Simki-Economic*, 1 (5), 1-18.

- Rutha, N. & Bakhtiar, T. (2019). The Brand Ambassador Effectiveness on Brand Image and Purchasing Decision for Oppo Fseries Smartphone. *International Journal of Business and Management Invention*, 8 (3), 44-50.
- Sari, S. & Usman, A. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Produk Wardah Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Ujung Pandang. *Journal of Business Administration*, 1 (2), 111-121.
- Septa, N. (2016). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen MD Clinic By Lazeta. *Jurnal Bisnis dan Iptek*, 9 (2), 141-152.
- Sri Widyastuti. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta Selatan: Universitas Pancasila.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustakabarupress.
- Suryana, A. (2019). *Komunikasi Pemasaran*. Banten: Universitas Terbuka.
- 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*, 1, 292-306.
- Wijanarko. (2020). *Branding Konsep dan Studi Merek Lokal*. Cikarang: Universitas Paramadina.
- Website <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>, diakses pada 11 November 2022
- Website <https://blog.avoskinbeauty.com/avoskin-park-hyung-sik/> diakses pada Selasa, 22 November 2022.
- Website <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/> diakses pada Selasa, 22 November 2022.
- Website <https://instagram.com/avoskinbeauty?igshid=NTc4MTIwNjQ2YQ>, diakses pada 11 November 2022
- Website <https://instagram.com/avoskinbeauty?igshid=NTc4MTIwNjQ2YQ>, diakses pada 12 November 2022
- Website <https://survei.apjii.or.id/survei/register/16?type=free>, diakses pada 11 November 2022

Website <https://www.avoskinbeauty.com/> diakses pada Kamis, 27 Oktober 2022.

Website <https://www.avoskinbeauty.com/id/tentang-kami> diakses pada Rabu, 26 Oktober 2022.

Website <https://www.instagram.com/p/Cc-RuEfh8ln/?igshid=NTc4MTIwNjQ2YQ>, diakses 13 November 2022

Website <https://www.instagram.com/tv/Ccr7jQjDxNE/?igshid=YWJhMjIhZTc=> diakses pada Rabu, 23 November 2022.

Website <https://www.youtube.com/@AvoskinBeauty/videos> diakses pada Senin, 21 November 2022.