

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Buchari, Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: C.VAlfabeta.
- Buchori, Herry Achmad dan Saladin, D. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Bungin, B. (2017). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana.
- Firmansyah, Anang. (2018). *Pengantar Manajemen*. Edisi ke-1. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmasnsyah, M. Anang. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek; Planning and Strategy*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryono, B. (2018). *How To Be a Professional Customer Service*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Hasibuan, Malayu S.P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Penerbit PT Bumi Aksara.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kennedy, John. E dan Soemanagara, R. D. (2006). *Marketing Communication Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT Buana Ilmu Populer.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Alih Bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip and Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I Edisi ke 13, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip and Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks.

- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.*
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management, 15th Edition. Pearson Education, Inc.*
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Limakrisna, Nandan dan Togi Parulian Purba. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia*. Edisi 2. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Lea-Greenwood, Gaynor. (2012). *Fashion Marketing Communications E-book*. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Manap, Abdul. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Yogyakarta: Mitra.
- Manullang, Hutabarat. (2016). *Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi Global*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Narbuko Cholid, Abu dan Achmadi. (2013). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Oentoro, D. (2017). *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi 2. PRESS indo – LakBang. Yogyakarta.
- Priansa, Donni Juni. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Priansa, Donni Juni. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: ALFABETA.
- Sarinah, dan Mardalena. (2017). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suharsimi, Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Suharsimi, Arikunto. (2015). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Edisi 6. Buku 1. Cetakan Kedua. Salemba Empat, Jakarta.
- Smilansky, Shaz. (2017). *Experiential marketing: A practical Guide Interactive to Brand Experience*. India: Replika Press.
- Swasta, Basu dan Irawan. (2016). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Thompson, Arthur A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. New York: McGraw-Hill Education.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana (2020) *Pemasaran*: Penerbit Andi. Yogyakarta
- Jurnal :
- Adrian. (2019). *Digital Marketing Dan Ragam Produk Pada Minat Beli Konsumen Toko Online Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2016)*. *Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 14–24.
- Adriana, Nadya Calista dan Ngatno. (2020). *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Sariayu Martha Tilaar Di Kota Semarang)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 9 (1): 198-208.
- Bramantya, Yan Bayu, dan Made Jatra. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter MX Di Kota Denpasar*. *e-journal Manajemen Unud*. Vol. 5 No. 3.
- Darwati, A. M., dan Yulianto, E. (2019). *Pengaruh Penggunaan Western Model Sebagai Brand Ambassador Terhadap Sikap Pada Iklan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli (Survei Online Minat Beli Produk Kosmetik Maybelline New York di Indonesia)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 1.
- Gita, Devi. et al. (2016). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Perusahaan Online zalora.co.id*.

- Hamzah, F. F. (2018). Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli Untuk Produk Indihome Pada PT. Telekomunikasi Indonesia TBK Kota Makassar. *Center of Economic Student Journal Volume 1*.
- Hermanto, Jono. et al (2022). *The Effect of Brand Ambassador and Electronic Word of Mouth on Purchasing Decision Scarlett Whitening*. Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi (JPENSI). Vol 7 (2).
- Jannah, Roudhotul Annisa dan Hadita. 2022. NCT *Dream's Role as a Brand Ambassador Through Buying Interest in the Purchase Decision of Lemonilo Noodles in Bekasi City*. *Dinasti International Journal of Management Science*. Vol 5(1).
- Kharisma, Liza and Saidun Hutasuhut. 2019. Peran Mediasi Minat Beli Pada Pengaruh *Brand Ambassador* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian”. NIAGAWAN 8 (3): 197-215.
- Larasari, E., Lutfi, & Mumtazah, L. (2018). Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Event Sponsorship* Terhadap *Purchase Intention* Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel *Intervening*. *Sains: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 11(1), 261–280.
- Magnadi, R. H. dan Alwafi, F. (2016). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara *Online* Pada Situs Jual Beli Tokopedia.com. *Journal of Management*, (2), (115).
- Mashudi, A. (2020). Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Pada Wisata Kuliner Bebek Sinjay Bangkalan (*Doctoral dissertation*, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Misri, dan Yulia Sasmita. (2019). Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Handphone Oppo*. *Open Journal Systems*. Vol 2 (18).
- Muslichah, M., Rose, A. and Lutfi, A.R. (2019), “*The effect of halal foods awareness on purchase decision with religiosity as a moderating variable: a study among university students in Brunei Darussalam*”, *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 11 No. 5.
- Presilia, Shela dan Nani Kurniasari. (2021). Pengaruh *Brand Ambassador* Atta Halilintar dan Saaih Halilintar Terhadap Minat Beli. *Jurnal Bismis dan Komunikasi*. Vol 8 (1).

- Rosdiana, Riski. et al. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara *Online*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 11(1).
- Sagia, A. dan S. H. Situmorang. (2018). Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Personality* Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*. Vol. 5 (2) : 286-298.
- Samosir, Ligia Stephani, et al. (2016). Pengaruh Pengguna *Brand Ambassador* Dewi Sandra Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Bandung. *Jurnal Sioteknologi*. Vol 15 (2).
- Susilawati, Dwita Agnes, et al. (2021). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Ambassador*, *Word Of Mouth* Dan *Testimony In Social Media* Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Sulthanah Di Kota Tegal. *DIALEKTIKA : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial* 6 (1): 35 – 43.
- Shahnaz, N B F. dan Wahyono. (2016). Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko *Online*. *Management Analysis Journal*.
- Sriyanto, A. dan Kuncoro, A W. (2019). Pengaruh *Brand Ambassador*, Minat Beli dan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.
- Sterie, Wua Gloria, et al. (2019). Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Telesindo *Shop* Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. Vol 7 (3).
- Tambunan, E., & MM, S. E. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Mahasiswa Farmasi Pada Kosmetik Wardah Di Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan. *Jurnal Ilmiah” INTEGRITAS”* Vol, 5(1).
- Veronika. (2016). Pengaruh Iklan dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Mediasi. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Wang, Felicia dan Hariandja, S. Evo. (2016). *The Influence Of Brand Ambassador On Brand Image And Consumer Purchasing Decision: A Case Of Tous Les Jours In Indonesia*. *Conference: International Conference on Entrepreneurship (IConEnt) 2016* At: Universitas Pelita Harapan, Tangerang Indonesia Volume: 1.

- Wardani, Eka Puteri dan Albert Kriestian, N A N. (2022). *The Influence of Brand Ambassador, Country of Origin, and Brand Image on Purchase Decisions of Skincare Product's*. *Asian Journal of Entrepreneurship*. Vol 3 (3).
- Yusiana, Rennyta dan Rifaatul maulida, 2016. Pengaruh Gita Gutawa Sebagai *Brand Ambassador* Pond's Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Telkom Jurusan D3 Manajemen Pemasaran).



Website:

www.compas.co.id/article/penjualan-produk-kecantikan/ (diakses pada tahun 2022)

www.goodnewsfromindonesia.id (diakses tahun 2022)

www.topbrandkosmetikskincare-award.com (diakses tahun 2022)

