

DAFTAR PUSTAKA

- Ainurrofiqin, M. (2021). *99 Strategi Branding di Era 4.0*. Yogyakarta: QUADRANT.
- Amin, A. M., & Yanti, R. F. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic. *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.55583/invest.v2i1.111>
- Andrian, A., Putra, C. I. W., Jumawan, J., & Nursal, M. F. (2022). *Perilaku Konsumen*. Malang: Rena Cipta Mandiri.
- Anggreini, D. U. (2021). Strategi Marketing Tokopedia Menjadi E-commerce No. 1 di Indonesia. Diambil pada tanggal 30 Juni 2022, dari <https://bisnika.hops.id/stratup/amp/pr-3072146435/strategi-marketing-tokopedia-menjadi-ecommerce-no1-di-indonesia>
- Ardiansyah, F., & Sarwoko, E. (2020). How social media marketing influences consumers ' purchase decision ? A mediation analysis of brand awareness, *17(2)*, 156–168. <https://doi.org/10.31106/jema.v17i2.6916>
- Aryanti, L. W. K., Imbayani, I. G. A., & Ribek, P. K. (2021). Pengaruh Brand Equity, Social Media Marketing dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Wine Pada PT Hatten Bali, *2(1)*, 218–232.
- As'ad, H. A.-R., & Alhadid, A. Y. (2014). The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity : An Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan, *3(1)*, 334–345.
- Caecilia, P. M., Kindangan, P., & Tumewu, F. (2017). The Effect Of Maybeline Social Media Marketing (Facebook, Youtube, Instagram) On Consumer Purchase Decision (Case Study: Sam Ratulangi Univeristy Students), *5(3)*, 3855–3864.
- Compas.co.id. (2022). 10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace. Diambil 29 Januari 2023, dari <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>
- Dahlia, D., Adoe, V. S., Evert, D. P., Tjahjana, D., Utami, D. A., Tjiptadi, D. D., ... Prihanto, Y. J. N. (2022). *Digital Business: Concept, Strategy and Implementation*. (GCAINDO, Ed.). Jakarta: Bintang Semesta Media.
- Dihni, V. A. (2022). 10 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I

2022. Diambil pada tanggal 15 Februari 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2022>
- Dinny, M. (2019). 6 Masalah yang Kerap Bikin Konsumen Frustasi Saat Belanja Online. Diambil pada tanggal 4 Juni 2022, dari <https://m.liputan6.com/lifestyle/read/4106129/6-masalah-yang-kerap-bikin-konsumen-frustasi-saat-belanja-online>
- Felix, R., Rauschnabel, P. A., & Hinsch, C. (2016). Elements of strategic social media marketing : A holistic framework. *Journal of Business Research*, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.05.001>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Hasian, A. G., & Pramuditha, C. A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Awareness, Brand Image, Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Palembang (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Palembang). *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(2), 115–121. <https://doi.org/10.35957/prmm.v3i2.2313>
- Hendayana, Y., & Afifah, N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Belanja Online Melalui Marketplace Tokopedia. *Kinerja*, 3(1), 32–46. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v3i1.1285>
- Junaidi Sagir, Ninin Setianing Pandika, & Sri Darwini. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Country Of Origin Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Skin Care Korea. *Journal of Economics and Business*, 7(1), 125–142. <https://doi.org/10.29303/ekonobis.v7i1.72>
- Keith, T. Z. (2015). *Multiple Regression and Beyond An Introduction to Multiple Regretion and Structural Equation Modelling*. New York: Routledge.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: Erlangga.
- Lailiya, N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *IQTISHADEquity jurnal MANAJEMEN*, 2(2), 113. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i2.764>
- Lainufar, I. R. (2022). 8 Artis Korea yang Jadi Brand Ambassador Skincare Indonesia, Nomor 7 Tuai Kontroversi. Diambil 20 Mei 2023, dari

<https://www.inews.id/lifestyle/seleb/8-artis-korea-yang-jadi-brand-ambassador-skincare-indonesia-nomor-7-tuai-kontroversi/2>

- Leni, P., Dahlia, D., Adoe, V. S., Evert, D. P., Tjahjana, D., Utami, D. A., ... Prihanto, Y. J. N. (2022). *Digital Business: Concept, Strategy and Implementation*. (GCAINDO, Ed.). Jakarta: Bintang Semesta Media.
- Liana, Y. (2021). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Bulletin of Management and Business*, 2(2), 129–136. <https://doi.org/10.31328/bmb.v2i2.155>
- Lit, K. (2021). Biodata dan Profil Lee Min Hoo, Aktor yang Mengawali Demam K Drama. Diambil pada tanggal 20 Mei 2023, dari <https://www.idntimes.com/korea/kdrama/khairunnisa-lit/biodata-dan-profil-lee-min-ho-c1c2>
- Maharani, A. (2022). Gandeng Lee Min Ho, Azarine Dongkrak Popularitas Skincare Lokal. Diambil pada tanggal 23 Oktober 2022, dari <https://www.marketeers.com/gandeng-lee-min-ho-azarine-dongkrak-popularitas-skincare-lokal>
- Munawaroh, I., & Nurlinda, R. A. (2023). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Pada Produk Skincare Whitelab, 2(01). Diambil dari <https://intropublicia.org/index.php/jabma>
- Nadia, K., King, V., & Paramita, E. L. (2016). Foodstagram Endorsement and Buying Interest In Cafe / Restaurant, 18(2), 100–110. <https://doi.org/10.9744/jmk.18.2.100>
- Nur, A., Permatasari, I., & Hidayat, A. M. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Tiktok dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Camille Beauty, 5(2), 350–355. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i2.250>
- Pahlevi, R. (2022). 10 Merek Kosmetik Lokal Favorit Masyarakat, 3 Punya Paragon. Diambil pada tanggal 23 Mei 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09//03/10-merek-kosmetik-lokal-favorit-masyarakat-3-punya-paragon>
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Sukarno Pressindo.
- Rahmawati, R. (2022). *Apa Saja Variabel Penelitian Dalam Bidang Marketing???* Yogyakarta: Deepublish.
- Ramadhani, D. I., & Zaini, M. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Social Media Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna

- Scarlett Whitening, 7(1), 520–536.
- Rossiter, J. R., & Percy, L. (1997). *Advertising Communications & Promotion Management*. Singapura: McGraw-Hill.
- Sarah, K. S., Hurriyati, R., & Hendrayati, H. (2021). Analisis Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Clothing Linkswear, *12*(3), 412–428. <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v12i3.4877>
- Siahaan, A. C., Ginting, M., & Ginting, L. T. R. B. (2023). Pengaruh Brand Ambassador , Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Menantea di Kota Medan, *13*(01), 80–91. <https://doi.org/10.55601/jwem.v13i1.958>
- Sirclo.com. (2020). 5 Hal yang Membuat Konsumen Ragu Belanja Online. Diambil 4 Juni 2022, dari <https://www.sirclo.com/blog/5-hal-yang-membuat-konsumen-ragu-belanja-online/>
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyono, S. (2018). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono, S. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2 ed.). Bandung: Alfabeta.
- Suparwi, S., & Fitriyani, S. (2020). Pengaruh Product Knowledge , Brand Image , Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Top White Coffe Mahasiswa FEBI IAIN Kudus 2016-2017, *8*(2), 253–272. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i2.8764>
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Wahyuningsih, W. (2020). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Aplikasi* (1 ed.). Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama.
- Widiawati, N. L. (2021). Bagaimana Perkembangan Media Sosial di Era Digital Saat Ini? Diambil pada tanggal 7 Mei 2023, dari <https://www.kompasiana.com/niluhwidiawati5583/61ce44dd4b660d4d9a3ae5e2/bagaimana-perkembangan-media-sosial-di-era-digital-saat-ini>
- Yahawi, S. H., Rauf, A., Manullang, S. O., Ardianyah, T. E., Diba, F., Akbar, I., ... Firmanyah, H. (2021). *Digital Marketing: Konsep dan Strategi (Sosial Media Marketing)*. (R. Sudarmanto, Eko & Romindo, Ed.). Cirebon: Insania.