

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Assauri, S. (2018). Manajemen Pemasaran. Rajawali Pers.
- Ghozali, & Imam. (2018). Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). Manajemen Pemasaran (1st ed.). Erlangga, Jakarta
- Saptutyningsih, E., & Setyaningrum, E. (2019). Penelitian kuantitatif : metode dan alat analisis : dilengkapi dengan contoh proposal penelitian (1st ed.). Gosyen Publishing.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kulitatif, dab R&D. Bandung: Alfabet.

JURNAL

- Aliyah, Khoriq Atul. 2018. “Pengaruh Promosi melalui Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian dan Viral Marketing sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen SFA Steak & Resto Karanganyar)”. Skripsi. FEB. Manajemen Bisnis Syari’ah. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Dewa, C. (2018). “PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN WISATAWAN YOGYAKARTA PADA PRODUK OLEH-OLEH JOGJA SCRUMMY”. Jurnal Manajemen Vol 8, No 1 : 1–9.
- Dewi Rositta, “Pengaruh Celebrity Endorsement dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Konsumen Mahasiswa“. Jurnal Inovasi dan Bisnis dan Manajemen Vol 4. No 4 (2019).
- Eko Prasajo, “Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Melalui Brand Image (Studi Pada Mahasiswa Tegal)“. Jurnal Competency of Business Vol 3. No 1 (2019) hal 18-33.

- Hasbullah, H., Sari, S. S., & Pembelian, K. (2020). *PENGARUH LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. 9(01), 15–22.
- Juliana, (2019) “PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, DAN BRAND LOYALTY TERHADAP BRAND EQUITY PADA PENGGUNA SEPATU NIKE DI JAKARTA”. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*. Vol 3, No.4 Juli. h 11-17.
- Lusyana, E. (2020). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT DAN CITRA MEREK Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia*. 2(0411), 65–75.
- Lusyana, E. (2020). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT DAN CITRA MEREK Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia*. 2(0411), 65–75.
- Monica Nggilu. Et al, "Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Bensu Manado". *Jurnal EMBA*. Vol. 7, No. 3 (Juni 2019).
- Putu, N., Sintia, S., Made, N., & Wisudariani, R. (2022). *RELEVANSI CAPTION ENDORSEMENT SELEBGRAM SEBAGAI*. 12, 145–154.
- Roshan. (2019). *Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran*. 8(8), 5164–5181.
- Shanfi Maylita I., & Retno Hartati. "Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*. Vol. 3 No. 1 (2022) April.
- Wibisono, G. R., & Waluyo, H. D. (n.d.). *Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian*. 1–7.
- Wiwiek Harwiki., Angga Wahyu Hidayat. "Karakteristik Celebrity Endorser Untuk Meningkatkan Minat Beli Kosmetik "W" di Surabaya". *Jurnal dms*, Vol. 10, No. 3 (2021) November.
- W. R Adhitya., Yudi Aulia Sahbana. "Pengaruh *Brand Ambassador*, *Social Endorsement* dan Kualitas Produk Erigo Dikalangan Mahasiswa di Medan". *Jurnal Multilingual*, Vol. 3, No. 2 (2023) Februari.

WEBSITE

10 Brand Skincare Lokal Terlaris di E-Commerce – Kompas. Di akses 20 Mei
<https://kompas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>

Korean Archives – MARKETECH APAC. Diakses 16 April <https://marketech-apac.com/tag/korean/>

Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022. Di akses 14 Juli
<https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>

Scarlett – Scarlett Whitening. Di akses 06 Juli https://scarlett-whitening.com/all-google?gclid=CjwKCAjw2K6lBhBXEiwA5RjtCYND_2qSO5f2y8Xk_fx5ESMoeQbaqeKCGvg4xHCtKa6Wt4BeJ9xoLRoCt64QAvD_BwE

Seleb Korea Jadi Brand Ambassador Produk Kecantikan Lokal. Di akses 06 Juli
<https://editorial.femaledaily.com/blog/2022/03/27/seleb-korea-jadi-brand-ambassador-produk-kecantikan-lokal-soal-standar-kecantikan-atau-fandom>

Spire Insight : Potensi Pasar Kosmetik Indonesia. Di akses 16 Juli
<https://technobusiness.id/insight/spire-insights/2020/10/30/spireinsight-potensi-pasar-kosmetik-indonesia/>