



- Compas. 2022. Produk Kecantikan Tembus Transaksi Rp 210 Miliar, Brand Lokal Terfavorit <https://compas.co.id/article/penjualan-produk-kecantikan/> diakses pada 14 Mei 2023
- Damarwati, Wulan. 2020. Pengaruh Song Joong Ki sebagai Brand Ambassador Produk Scarlett Whitening terhadap Minat Beli Mahasiswa Program Studi Bahasa Korea Universitas Angkatan 2018. Diploma thesis, Universitas Nasional.  
<http://repository.unas.ac.id/5242/2/BAB%20I.pdf>  
<http://repository.unas.ac.id/5242/3/BAB%20II.pdf>  
<http://repository.unas.ac.id/5242/4/BAB%20III.pdf>
- Damiati,dkk. 2017. “Perilaku Konsumen” Edisi ke -1. Depok: Rajawali Pers  
[https://books.google.co.id/books?id=U68hEAAAQBAJ&printsec=copyright&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false/](https://books.google.co.id/books?id=U68hEAAAQBAJ&printsec=copyright&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false/)
- Dwiyanti Suryaningsih. 2018. Pengaruh Zaskia Adya Mecca sebagai Brand Ambassador terhadap Keputusan Beli Konsumen Butik Meccanism Yogyakarta. Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.  
<https://dspace.uii.ac.id/bitstream/handle/123456789/6484/buat%20di%20publikasi.docx.pdf?sequence=1>
- “Ekonomi Jawa Tengah Triwulan III tumbuh 5,25 persen” dalam BPS Jawa Tengah.. <https://jateng.bps.go.id/pressrelease/2018/11/05/1036/ekonomi-jawa-tengah-triwulan-iii-tumbuh-5-25-persen.html> diakses pada 19 November 2018
- Eka Fatin Oktaviani, dan Ratih Hasanah. 2020. Pengaruh Kredibilitas Endorser Rachel Venny terhadap Minat Beli Scarlett Whitening. Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom.  
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/13585/13110>
- E. Muthia, “Pengaruh Celebrity Endorser (Rachel Venny) dan Citra Merek terhadap Minat Beli pada Produk Scarlett Whitening (Studi Pada Pengguna Instagram di Kota Padang),” *Kaos GL Derg.*, vol. 8, no. 75, pp. 147–154, 2021, [Online].  
<https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002%0Ahttp://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049%0Ahttp://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391%0Ahttp://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205%0Ahttp://>

- Frans M Royan. 2004. *Marketing Celebrities, Selebriti Dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: Media komputindo.
- Katadata. 2022. Ini Produk Skincare dan Kosmetik paling Terkenal di Kalangan K-popers <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/26/ini-produk-skincare-dan-kosmetik-paling-terkenal-di-kalangan-k-popers> diakses pada 14 Mei 2023
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Alih bahasa oleh Bob Sabran. Edisi kedua belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. "Marketing Management". United States of America : Pearson.
- Martono, Nanang. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif (Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder)*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Muhammad Putra Ikhsan, Suharyono, dan Yusri Abdillah. 2014. Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Image serta Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada pengguna LINE di Asia). Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.  
<https://media.neliti.com/media/publications/83211-ID-pengaruh-brand-ambassador-terhadap-brand.pdf>
- Murniati, Palupi ,Monika, dkk. 2013. "Alat – Alat Pengujian Hipotesis". Semarang : Unika Seogijapranata.
- Nindwalanju, Ellyada. 2013. "Pengaruh Daya Tarik Brand Ambassador dan Daya Tarik Jingle Iklan Versi Iklan Televisi terhadap Keputusan Pembelian Magnum Classic di Kalangan Mahasiswa/i ISI Yogyakarta". Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.  
<http://e-journal.uajy.ac.id/4659/2/1KOM03905.pdf>
- Ningsih, Prapti. 2013. "Pengaruh Tawakal terhadap Adversity Quotient pada Santri Pondok Pesantren Al-Ishlah Mangkang Kulon Tugu Semarang". Fakultas Ushuluddin Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang.  
[http://eprints.walisongo.ac.id/217/2/084411016\\_Bab1.pdf](http://eprints.walisongo.ac.id/217/2/084411016_Bab1.pdf)  
[http://eprints.walisongo.ac.id/217/3/084411016\\_Bab2.pdf](http://eprints.walisongo.ac.id/217/3/084411016_Bab2.pdf)  
[http://eprints.walisongo.ac.id/217/4/084411016\\_Bab3.pdf](http://eprints.walisongo.ac.id/217/4/084411016_Bab3.pdf)
- Pandanaran, Ganang Bapurnothy. 2022. *Pengaruh bimbingan rohani terhadap ketenangan jiwa mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen*

*angkatan 2020 Universitas Al Ghafari Kota Bandung*. Sarjana thesis, UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

[https://etheses.uinsgd.ac.id/62938/7/7\\_bab4.pdf](https://etheses.uinsgd.ac.id/62938/7/7_bab4.pdf)

Prasetyo, Eka Panji. 2016. “*Brand Ambassador dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh Citra Merek (Studi Kasus pada XL AXIATA di Pelajar dan Mahasiswa Yogyakarta)*” dari Universitas Negeri Jogja.

[https://eprints.uny.ac.id/55531/1/PanjiEkaPrasetyo\\_12808141050.pdf](https://eprints.uny.ac.id/55531/1/PanjiEkaPrasetyo_12808141050.pdf)

Putra, Muhammad Ikhsan,dkk. 2014. “*Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Image serta Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian (Survey terhadap Pengguna Line Indonesia)*” dalam *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Tahun XIV No. 12

<https://media.neliti.com/media/publications/83211-ID-pengaruh-brand-ambassador-terhadap-brand.pdf>

Rakhmat, Jalaluddin. 1985. *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Rennyta Yusiana dan Rifaatul Maulida. 2015. Pengaruh Gita Gutawa sebagai Brand Ambassador Pond’s dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mahasiswi Universitas Telkom Jurusan D3 Manajemen Pemasaran). Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom.

<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/59/39>

Rossiter, John R dan Larry Percy. 2005. *Advertising Communication Models*.

<https://acrwebsite.org/search/view-conference-proceedings.aspx?Id=6443>  
diakses pada 3 Febuari 2023

Sari, Putri Nur Indah. 2020. Pengaruh Brand ambassador,kepercayaan dan resiko terhadap keputusan pembelian di e-commerce Shopee oleh mahasiswa di Pekanbaru. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.

<http://repository.uinsuska.ac.id/30169/1/GABUNGAN%20SKRIPSI%20KECUALI%20BAB%20V.pdf>

Septiyanto, Ixvan Bayu. 2016. “*Pengaruh Brand Ambassador, Tagline, dan Jingle Iklan Versi Iklan Televisi terhadap Brand Awareness*”. Program Studi Managemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purworejo.

<http://repository.umpwr.ac.id:8080/handle/123456789/1048>

Shavira, Vanni. 2017. Pengaruh Brand Ambassador Jessica Mila Terhadap Minat Beli Produk Fair and Lovely. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.

<http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/13225>

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA, cv.

Suryaningsih, Dwiyaniti. 2018. “Pengaruh Zaskia Adya Mecca Sebagai Brand Abassador Terhadap Keputusan Beli Konsumen Butik Meccanism Yogyakarta”. Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/6484/buat%20di%20publikasi.docx.pdf?sequence=1>

Yulistiara. 2021. Pengaruh Brand Scarlett, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian menurut Perspektif Ekonomi Islam di Era New Normal (Studi pada Konsumen Scarlett di Kabupaten Pringsewu). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Raden Intan Lampung.

<http://repository.radenintan.ac.id/15903/2/PERPUS%20PUSAT%20BAB%201%20DAN%202.pdf>

Zap Beauty Index.inc. 2020. <https://zapclinic.com/zap-beauty-index-download> diakses pada 14 Mei 2023

