

DAFTAR PUSTAKA

Ardianti, A. N., & Widiartanto, M. A. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–11.

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/23656/21533>

Ciputra, U. (2020). *TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AMONDEU*. 5(April).

<https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/download/1303/1085>

Enre, A. E., Hutagalung, D., Simbolon, H. A., & Ong, M. T. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian CV Obor Pematangsiantar. *Owner*, 4(1).

<https://doi.org/10.33395/owner.v4i1.173>

Filieri, R. (2014). What Makes Online Reviews Helpful? A Diagnosticity-Adoption Framework to Explain Informational and Normative Influences in e-WOM. *Journal of Business Research*, 68(6), 1261-1270

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S014829631400349X>

Firli, O. M., Rizal, M., Arifianti, R., & Husna, A. (2021). *Pengaruh Selebrity Endorsme , Brand Image , Dan Testimoni Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk (Studi Kasus : Instagram UKM Kylafood)*. 4(2), 104–110.

<https://ojs.umrah.ac.id/index.php/bahterainovasi/article/download/3432/1376#:~:text=Menurut%20Kenneth%20Roman%20dan%20Jane,dan%20ditampilkan%20sebagai%20bahan%20iklan>

Fimela (2017, Februari 10) Eksklusif Anugrah Pakerti, Pebisnis Muda Yang Mengerti Wanita

<https://www.fimela.com/amp/2851681/eksklusif-anugrah-pakerti-pebisnis-muda-yang-mengerti-wanita>

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Igir, F. G., & Tampi, J. R. E. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up*. 6(2), 86–96.

<https://media.neliti.com/media/publications/269332-pengaruh-kualitas-produk-dan-harga-terha-6f002f13.pdf>

Kertamukti, R. (2015). Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran. Depok: PT RajaGrafindo Persada.

<https://onesearch.id/Author/Home?author=Kertamukti%2C+Rama>

Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2006). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga

<https://www.scribd.com/document/425529173/buku-prinsip-prinsip-pemasaran-philip-kotler-gary-armstrong-jilid-1-edisi-12-pdf>

Kotler P. (2005). Manajemen Pemasaran. (Jilid 1). Jakarta: P.T. Indeks.

<https://onesearch.id/Author/Home?author=Philip+Kotler%2C+Kevin+Lane+Keller>

Lea-Greenwood, Gaynor. (2013) Fashion Marketing Communications E-book. Somerset, NJ, USA: Wiley.

https://books.google.co.id/books/about/Fashion_Marketing_Communications.html?id=oKtA71-oBlAC&printsec=frontcover&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_entity&hl=en&gl=ID&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

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.

[https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/jsm/article/download/4234/2992#:~:text=Sedangkan%20menurut%20Kertamukti%20\(2015\)%20brand,selain%20daripada%20produk%20yang%20didukungnya](https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/jsm/article/download/4234/2992#:~:text=Sedangkan%20menurut%20Kertamukti%20(2015)%20brand,selain%20daripada%20produk%20yang%20didukungnya)

Media Indonesia (2019, Oktober 05) Indonesia, Pasar Potensial Untuk Produk Perawatan Kulit

<https://mediaindonesia.com/humaniora/263774/indonesia-pasar-potensial-untuk-produk-perawatan-kulit>

Monle, Lee; Johnson, C. (2007). Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global. Jakarta: Kencana Media Group.

<https://onesearch.id/Record/IOS12871.slims-15709?widget=1>

Mudzakir, F. (2018). *THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR USAGE TOWARD BRAND IMAGE OF OPPO*. 648–655.

<https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/download/1109/910>

Muhammad, I., Suharyono, & Abdillah, Y. (2014). PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP BRAND IMAGE SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survey pada pengguna LINE di Asia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 12(1), 1–10.

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

Paramitha, M. P, (2022). Pengaruh *Brand Ambassador* , *Brand Image* , dan *Brand Awareness* Terhadap *Purchase Decision* MS Glow di Indonesia atau Rencana Induk Pembangunan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1–18.

<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/download/8029/6839>

Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRAND IMAGE terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja*, 14(1), 16.

[https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/download/2445/348#:~:text=Menurut%20Kotler%20dan%20Amstrong%20\(2008%3A181\)%20mengemukakan%20bahwa%20keputusan,ada%20di%20dalam%20kumpulan%20pilihan](https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/download/2445/348#:~:text=Menurut%20Kotler%20dan%20Amstrong%20(2008%3A181)%20mengemukakan%20bahwa%20keputusan,ada%20di%20dalam%20kumpulan%20pilihan)

PURNAMA ROHMADONI, B. (2016). Pengaruh Net Interest Margin Dan Inflasi Terhadap Penyaluran Kredit Di Indonesia Pada Bank Umum Di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 4(3), 1–10, ISSN: 2302-142X

<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jupe/article/download/15736/14276/>

Rahman, A. M. (2022). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia Di Kecamatan Medan Johor)*.

<https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/18787/2/188320291%20-%20Arif%20Muluk%20Rahman%20-%20Fulltext.pdf>

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

https://onesearch.id/Record/IOS13852.slims-1863?widget=1&institution_id=2975

Sari Dewi, L. G. P., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia. *SHS Web of Conferences*, 76, 01023. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207601023>

https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2020/04/shsconf_ics2020_01023.pdf

Sadi, M., Sidhartaniadi, P., Mulyana, S., & Risanti, Y. D. (2023). *Penggunaan duta merek dalam strategi komunikasi pemasaran makanan sehat di Indonesia*. 1(1), 150–166.

<https://jurnal.unpad.ac.id/comdent/article/download/45734/20448>

Suryani, N. L. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja Non Fisik Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bangkit Maju Bersama Di Jakarta. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 2(3), 419.

[http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JJSDM/article/download/3017/2337#:~:text=Menurut%20Sugiyono%20\(2017\)%20hipotesis%20merupakan,melalui%20data%20empirik%20yang%20terkumpul](http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JJSDM/article/download/3017/2337#:~:text=Menurut%20Sugiyono%20(2017)%20hipotesis%20merupakan,melalui%20data%20empirik%20yang%20terkumpul)

The Carousel (2021, Februari 15) Urutan Skincare Routine Untuk Remaja Pagi dan Malam Hari

<https://blog.avoskinbeauty.com/skincare-routine-untuk-remaja/>

Veronika, . H. (2021). Pengaruh *Brand Ambassador*, Promosi, Dan Testimoni *E-Commerce* Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mahasiswa Feb Uma Pengguna Shopee. *Universitas Medan Area*.

https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/16505/1/178320295_Veronika%20Hilleria%20Samosir_Fulltext.pdf

Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, K. (2015). Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study. *The International Journal of Management Science and Business Administration*, 1(5), 69–80. <https://doi.org/10.18775/ijmsba.1849-5664-5419.2014.15.1006>

https://www.researchgate.net/profile/Sadia-Tasneem-4/publication/314550609_Effectiveness_of_Digital_Marketing_in_the_Challenging_Age_An_Empirical_Study/links/649e5fc08de7ed28ba6734f2/Effectiveness-of-Digital-Marketing-in-the-Challenging-Age-An-Empirical-Study.pdf?origin=publication_detail