

## DAFTAR PUSTAKA

- 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*, vol. 2, no.1, hh. 1-14
- Banirestu, Herning 2019, Indonesia Jadi Negara Pertama Around The Nature Dipasarkan, diakses 19 Maret 2022, <<https://swa.co.id/swa/trends>> .
- Cahyani, A, & Zahara, Z, 2021, 'Pengaruh Korean Wave dan Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Korea', *Jurnal Smart*, vol. 1, no. 1, hh. 20-26
- Hong, C 2022, NCT 127 Wins First SMA Daesang of Their Career at 31<sup>st</sup> Seoul Music Awards, diakses 12 Oktober 2022, <<https://www.soompi.com/article>> .
- Jaiz, Muhammad 2014, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Kertamukti, R 2015, *Strategi Kreatif dalam Periklanan : Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Kotler, Phillip & Keller, K, L 2012, *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Phillip & Keller, K, L 2016, *Manajemen Pemasaran Jilid II Edisi ke 13*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Phillip & Armstrong, Gary 2016. *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*, Pearson Education Limited, England.
- Kotler, Phillip & Armstrong, Gary 2007. *Dasar-dasar Pemasaran*, Prenhallindo, Jakarta
- Kriyantono, Rachmat 2010, *Teknis Praktis Riset Komunikasi*, Kencana, Jakarta
- Mediaindonesia.com 2021, Trend Pengguna Kosmetik Meningkat, Indonesia Siap Ambil Peluang, diakses 19 Maret 2022, <<https://mediaindonesia.com/ekonomi>> .
- Morrisan, M.A 2010, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Penerbit Kencana, Jakarta
- Nasrulla, Rusli 2016, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung

- Pamungkas, B, A, 2016, 'Pengaruh Promosi di Media Sosial dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Kedai Bontacos, Jombang)', *Jurnal Komunikasi*, vol. 10, no.2, hh 145-160
- Qorib, F, & Bhara, A, M, 2019, 'Pengaruh Iklan Shopee sebagai Brand Ambassador terhadap Minat Belanja Online Mahasiswa', *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, vol. 8, no. 4, hh 288-296
- Rangkuti, Freddy 2009, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Ruslan, Rosady 2012, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Royan, Frans M 2005, *Marketing Celebrities Edisi Pertama*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta
- \_\_\_\_\_ 2004, *Marketing Celebrities "Selebritis Dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta
- Sangadji, Etta Mamang 2013, *Perilaku Konsumen*, Andi, Yogyakarta
- Setiadi, Nugroho J. 2010, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta
- Sri Isworo Andiningsih & Sumarni, 2005, 'Hubungan Economic Value Added (EVA) dan market Value Added (MVA) Pada Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta', *Jurnal FE UPN Veteran Yogyakarta*, vol. 6. no. 1, hh 1-16
- Steri, W. G., Massie, J, & Soepono, D, 2019, 'Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian produk PT. Telesindo Shop sebagai Distributor Utama Telkomsel di Manado', *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, vol. 7, no. 3
- Sugiyono 2010, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung
- \_\_\_\_\_ 2012, *Memahami Penelitian Kuantitatif*, Alfabeta, Bandung
- \_\_\_\_\_ 2013, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung
- \_\_\_\_\_ 2014, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung

\_\_\_\_\_ 2016, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung

\_\_\_\_\_ 2017, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung

Umar, Husein 2013, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*, Rajawali, Jakarta

Wulandari, Retno 2020, Gantian EXO, NCT 127 Terpilih Jadi Brand Ambassador Terbaru Nature Republic, diakses 19 Maret 2022, <<https://www.beautynesia.id/life>> .

Wulandari, A., & Lutfiyati, N. L. (2018). Efektivitas Penggunaan Akun Instagram @Larissacenter Sebagai Media Beriklan Larissa Aesthetic Center Berdasarkan Metode Customer Response Index (CRI). *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 6(2), 177. <https://doi.org/10.12928/channel.v6i2.11579>

Wheeler, Adrian 2006, *Designing Brand Identity : A Complete Guide to Creating, Building, and Maintaining Strong Brands Edisi II*, Wiley, New Jersey