

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2017). *Manajemen Komunikasi Periklanan* (Cetakan pe). Aswaja Pressindo.
- Alda, A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Survei Pada Konsumen Scarlett di Toko Koleksi Tasik Termurah). *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(5), 582–586.
- Andrew, J. C. and T. S. (2018). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications, 10th Edition*. (USA: Cenga).
- Arista, D. E., & Astuti, S. R. T. (2019). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Riset*, 13(1), 37–45.
- Compas. (2022). *10 Brand Skincare Lokal Terlaris di E-Commerce*. <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>
- Ferdinand. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, A. (2018). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta : Deepublish.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, M. (2019). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Immanuel, & Maharia, &. (2020). Engaging Purchase Decision of Customers in Marketplace Channel : A Study of Fashion Online Retail. *Bisnis Dan Manajemen*, Vol. 7 no., 106–117.
- Ismagilova, E. (2017). *Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context*. Springer Briefs in Business.
- Johannes, C. S., & Siagian, V. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, Kepercayaan, dan Price Discount Terhadap Minat Beli Di Aplikasi Tokopedia. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*, 6(2), 98–112.

- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Indeks.
- Kotler, P. and K. L. K. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Lea-Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communications*. United Kingdom: Wiley.
- Percy, R. dan. (2018). *Methodological Cuidelinestor Edversiting Research*. Me Grawhill.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46.
- Rahima, P. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser di Media Sosial Instagram dalam Promosi Produk Hijab Terhadap Minat Beli Konsumen. *Manajemen*.
- Rohman, A. (2017). *Dasar-Dasar Manajemen*. Intelegensia Media.
- Royan M, F. (2004). Marketing Celebrities. In *Elex Media Komputindo*. PT Elex media Komputindo.
- Samosir, L. S., Putri, Y. R., & Nurfebriani, S. (2016). Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra Terhadap Putusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Bandung. *Jurnal Sositologi*, 15(2), 233–240. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2016.15.02.6>
- Schiffman. (2011). *Persepsi Kualitas, Consumer Behavior*. New Jersey: Pearson Prestice Hall.
- Sinaga, B. A., & Sulistiono, S. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Beli Pada Produk Fashion Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 79–94. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.329>
- Siyoto, & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Literasi Media Publishing.

- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar : Manajemen Pemasaran*. Jember :
Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
Alfabeta.