

DAFTAR PUSTAKA

- Amini, T. H. (2022). Pengaruh typical person endorser online shop di instagram terhadap keputusan pembelian produk kosmetik halal dengan pendekatan viscap model: perspektif syariah marketing dengan minat beli sebagai variabel intervening.
- Anggraini, R. N. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsilk Hijab Recharge (Studi pada konsumen pengguna Shampo Sunsilk Hijab Recharge di kota Malang)* (Doctoral dissertation, University Of Muhammadiyah Malang).
- Bahri, Syaiful. 2018. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta Indonesia
- Fauji, R., Khalida, L. R., & Faddila, S. P. (2022). Analisis Komparatif Brand Ambassador” Korean Wave” antara E-Commerce Luar Negeri dan E-Commerce dalam Negeri (Studi Antara Shopee” Blackpink” dan Tokopedia” BTS”). *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(2), 56-74.
- Hafilah, E., Chaer, V., & Usman, O. (2019). the effect of brand ambassador, brand image, product quality, and price on purchase decisions SAMSUNG smartphones. *Brand Image, Product Quality, and Price on Purchase Decisions Samsung Smartphones (January 11, 2019)*.
- Hendayana, Y., & Afifah, N. M. (2020). Pengaruh brand ambassador dan Korean wave terhadap minat belanja online melalui marketplace Tokopedia. *Kinerja*, 3(01), 32-46.
- Jannah, A. R. (2022). NCT Dream's Role as A Brand Ambassador Through Buying Interest in the Purchase Decision of Lemonilo Noodles in Bekasi City. *Dinasti International Journal of Management Science*, 4(1), 1-10.

- Johannes, C. S., & Siagian, V. (2021). Pengaruh brand ambassador, kepercayaan, dan price discount terhadap minat beli di aplikasi tokopedia. *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)*, 6(2), 98-112.
- Kusuma, A. A., & Yandri, P. (2022). Efektifitas Penggunaan Brand Ambassador K-Pop dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Kecantikan dan Merchandise K-Pop di Tokopedia. *GEMA: Journal of Gentiaras Management and Accounting*, 14(3), 233-248.
- Lailiya, N. (2020). Pengaruh brand ambassador dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian di Tokopedia. *IQTISHAD equity jurnal MANAJEMEN*, 2(2), 113-126.
- Latif, F. J. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda (Studi pada Pengguna Sepeda Motor Merek Honda di Kecamatan Purbalingga).
- Lengkong, M. A., Priyo Widodo, G., & Tjahyana, L. J. (2022). Efektivitas Penggunaan Brand Ambassador Song Joong Ki Dalam Brand Scarlett Whitening Dengan Model VisCAP. *Jurnal e-Komunikasi*, 10(2).
- Nancy, N., Goenawan, F., & Monica, V. (2020). Efektivitas Penggunaan Brand Ambassador Laneige Dalam Model VisCAP. *Jurnal e-Komunikasi*, 8(2).
- Putra, N. S. P., Lantarsih, R., & Maharani, A. D. (2022). Efektivitas Lucas NCT Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Neo Coffee. *Jurnal Ilmiah Agritas*, 6(2), 95-103.
- Rusli, P. P. (2021). *Perbandingan Efektivitas Brand Ambassador Internasional Dan Nasional (Studi Kasus Brand Ambassador Blackpink Dan Didi Kempot Pada Shopee)* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).

Sinaga, H. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Produk FreshCare (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan)* (Doctoral dissertation).

COMPASS.COM, 2022. (10 Brand Skincare Lokal Terlaris di E-Commerce Kompas) <https://compas.co.id/article/10-top-brand-serum-terlaris-2022-data-penjualan/> (diakses pada Februari 2023)

DATABOKS, 2022 (databoks.katadata.co.id – serum wajah paling laris di e-commerce) <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/28/10-serum-wajah-paling-laris-di-e-commerce-mayoritas-brand-lokal> (diakses pada Februari 2023)