



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmaddien, I., & Syarkani, Y. (2019). *Statistika Terapan Dengan Sistem Spss*. Bandung: ITB Press.
- Angella, D. (2022, September 18). *7 Merek Kosmetik Lokal Paling Banyak Digunakan di Indonesia 2022*. GoodStats. Diakses 10 Oktober 2022, <https://goodstats.id/article/7-merek-kosmetik-lokal-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2022-36qU3>
- Azzahra, A. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador Korea Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Clio Professional*. Politeknik Negeri Jakarta.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2022). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications* (9th ed.). Harlow: Pearson.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business Research Methods, Edisi 12*. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Dewangga, E. K. (2022, Mei 21). *Dari Korean Wave ke Baju Bekas*. Radar Jogja. Diakses 10 Oktober 2022, <https://radarjogja.jawapos.com/jogja-raya/2022/05/21/dari-korean-wave-ke-baju-bekas/>
- Ermawati, V. N. (2022). *Pengaruh Duta Merek NCT DREAM dan Citra Merek terhadap Niat Pembelian Produk Mie Instan Berposisi Sehat Lemonilo*. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Yogyakarta: Badan Penerbit - Undip.
- Hair, J. F. J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Hampshire: Cengage Learning.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (7th ed). London: Pearson Education Limited.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). London: Pearson Education Limited.

Kurniawan, D. (2020). *Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Dan Brand Ambassador Terhadap Purchase Intention (Studi Pelanggan E-Commerce Di Kota Medan)*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Larasari, E., Lutfi, & Mumtazah, L. (2018). Pengaruh Brand Ambassador Dan Event Sponsorship Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Produk Smartphone Vivo pada Mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 11(1), 261–280.

Logo Somethinc. [Image]. Diakses 14 Februari 2023, <https://somethinc.com/id>

Manullang, R. C. R. (2021). *Pengaruh brand trust, brand image, brand satisfaction terhadap purchase intention*. Universitas Trisakti.

Rebecca, N., Fellysia, Cung, F. G., Audina, C., & Nuraryo, I. (2022). Blackpink as Shopee's brand ambassador: Does it influence brand image and purchase intention? *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, 29(2), 1–14. <https://doi.org/10.46806/jep.v29i2.885>

Rukmana, I. D. (2022, Agustus 31). *Data Penjualan Pembersih Wajah, Erha dan La Roche-Pesay Berpotensi Duduki Top Brand!*. [Compas.co.id](https://compas.co.id). Diakses 10 Oktober 2022, <https://compas.co.id/article/data-penjualan-pembersih-wajah/>

Salsabila, C., Umbara, T., & Setyorini, R. (2022). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Somethinc. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(4), 668–679.

Salsabila, D. Q. N. (2022, Januari 11). *Kolaborasi Brand Kecantikan dengan Idol Korea: Berikan Gift yang Menarik*. [Kompasiana.com](https://www.kompasiana.com). Diakses 10 Oktober 2022, <https://www.kompasiana.com/dhiaqatrunnada/61dd5ba206310e25500d58c3/kolaborasi-brand-kecantikan-dengan-idol-korea-berikan-free-gift-yang-menarik>

Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 6. Jakarta: Salemba Empat.

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

Twitter. (2020). Diakses 10 Oktober 2022, <https://blog.twitter.com/>

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menghormati dan menyebutkan sumber. a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.