

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. (2004). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Amore Pasific. (2017). *Amorepasific Group Ranks 7th on WWD's Beauty Top 100*. Retrieved from amore pasific: <http://www.apgroup.com/int/en/misc/news/2017-04-17.html/>
- Amore, P. (2017, April 17). *Amorepasific Group Ranks 7th on WWD's Beauty Top 100*. Retrieved from Amore pasific: <http://www.apgroup.com/int/en/misc/news/2017-04-17.html/>
- Arifin, J. (2008). *Statistik Terapan dengan Microsoft Excel 2007*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Augusty, F. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Bachdar, S. (2017). *Cara Innisfree Pasarkan Kecantikan Korea*. Retrieved from [marketeers.com: http://marketeers.com/cara-innisfree-pasarkan-kecantikan-kore/](http://marketeers.com/cara-innisfree-pasarkan-kecantikan-kore/)
- Bahri, S., & Zamzam, F. (2015). *Model Penelitian Kuantitatif Berbasis SEM-Amos*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Bram, & Yudi, F. (2005). Analisis Efektifitas Iklan Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Perusahaan Percetakan dan Penerbitan PT. Rambang dengan Metode EPIC. *Palembang: Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol.3 No.6*.
- Brett, W. (1994). *Periklanan yang Effective (terjemahan)*. Jakarta: Gramedia.
- David, W., & Djamaris, A. R. (2018). *Metode Statistik Untuk Ilmu dan Teknologi Pangan*. Jakarta: Penerbit Universitas Bakrie.
- Dethira, A. (2015). *Mengapa Pilih Brand ambassador Harus Tepat?* Retrieved Mei 8, 2019, from <http://swa.co.id/swa/trends/marketing/mengapa-pilih-brand-ambassador-harus-tepat>

- Durianto, S. (2004). *Brand Equity Ten strategi memimpin pasar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Egan, J. (2007). *Marketing Communications*. Hampshire: Cengage Learning EMEA.
- Faoezy, M. (2016). Analisis Pengaruh Efektifitas Iklan Internet dan Kelompok Referensi Terhadap Persepsi Kualitas dan Dampaknya Terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Game Clash of Clans. *Jurnal UMY*.
- Firdaus, I. (2012). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Retrieved from www.academia.edu:
http://www.academia.edu/9562756/komunikasi_pemasaran_terpadu
- Ghozali, I (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*.
- Hapsari, A. (2008). Analisis Perbandingan Penggunaan Celebrity Endorser dan Typical-Prson Endorser Iklan Televisi dan Hubungannya dengan *Brand image* Produk. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 9.
- Innisfree. (2017). *Konsep Brand*. Retrieved from [Innisfree.co.id](http://innisfree.co.id):
http://innisfree.co.id/konsep_brand
- iReporter, T. (2014). Gilrs Generation Yoona Goes From Local to Global With International Endorsement Campaign for "Innisfree". Retrieved 03 16, 2018, from [innishttp://www.kpopstarz.com/articles/100921/20140725/yoona-from-girls-generation-goesfrom-local-to-global-for-innisfree.htm](http://www.kpopstarz.com/articles/100921/20140725/yoona-from-girls-generation-goesfrom-local-to-global-for-innisfree.htm)
- Joseph, P. (2009). Measuring *Brand image*: a systematic review, practical guidance and future research directions.
- Kementrian Perindustrian RI. (2018, march 20). *Indonesia Lahan Subur Industri kosmetik*. Retrieved from <http://kemenperin.go.id/artikel/5897/Indonesia-Lahan-Subur-Industri-Kosmetik>
- Kompas. (2017). Latar Belakang Innisfree. Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia.

- Konsep Brand* . (2017, december). Retrieved from innisfree.co.id:
<http://innisfree.co.id/konsep-brand>
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong. G. (2014). *Priciple of Marketing* (15th ed.). New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Ahli Bahasa Bob Sabran, Edisi 13, Jilid 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Latar belakang Innisfree*. (2017). Retrieved from AMOREPACIFIC:
<http://www.apgroup.com/int/en>
- Lee-Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing communications E-book*. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Lim, Y. M., Yap, C. S., & Lau, T. C. (2011). The Effectiveness of Online Advertising in Purchase Decisionn: Liking, Recall and Click. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, Hal 1517-1524.
- Mubarok, D. A. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Minat beli konsumen*, 1.
- Nathasya. (2017, july 21). *7 Cra membangun Brand Awareness*. Retrieved from Dewaweb: <https://www.dewaweb.com/blog/brand-awareness/>
- Octavianti, M. (2012, Oktober). Menumbuhkan kesadarsn merek produk melalui media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2.
- Pertiwi, W. K. (2018). *Kompas*. (R. Wahyudi, Editor) Retrieved from Riset Ungkap Pola Pemakaian Medsos Orang Indonesia.
- Prawira, R, Y. (2012). *Hubungan Karakteristik Brand ambassador Honda Spacy Helm-In dengan Tahap Keputusan Pembelian konsumen*, 1.
- Pujiyanto. (2003). Strategi Pemasaran produk Melalui Periklanan. 5.

- Ramli, I. (2010, September). Peran Endorser dalam Mendukung Kinerja Merek. *Marketing*, 56-58.
- Ripper. (2016). Kalahkan Kim Tae Hee - Song HyeKyo, Yoona SNSD Jadi Model Terpopuler "Innisfree". Retrieved 08 16, 2018, from <https://kpopchart.net/2016/09/kalahkankim-tae-hee-song-hye-kyo-yoona-snsd-jadimodel-innisfree-terpopuler.html>
- Royan, F. (2005). *Sales Forces (meningkatkan Penjualan Dengan Rancangan Bangun Sales Force Effective)*. Yogyakarta: Andi.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior* (10 th Edition ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *A Skill Building Approach. Sixth edition. Pp 245*.
- Shimp, T. A. (2007). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communication 7th Edition*. South Western: Thompson.
- Simamora, B. (2003). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, B. (2008). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Supranto, & Limakrisna, N. (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Supriyanto, E. (2015). Pengaruh Efektivitas Iklan Dalam Meningkatkan Kesadaran Merek dan *Brand image* Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Es Krim Merek Wall's di Pekanbaru.

- Susanto. (2017). Analisis Penggunaan Celebrity Brand Ambassadir (Studi Kasus Celebrity *Brand ambassador* Nagita Slavina, Raffi Ahmad Dalam Gigieatcake). *Seminar Nasional Riset Terapan*, 82-87.
- Susanto, A., & Wijanarko, H. (2004). Power branding. *Membangun merek unggul dan Organisasi Pendukungnya*.
- Terhune, C., & Steinberg, B. (2003). Coca-Cola Signs NBA Wunderkind; LeBron James Deal to Seli Sprite Comes as Woes Beser Current Pitchman Bryant. *LeBron James Deal to Seli Sprite Comes as Woes Beser Current Pitchman Bryant*.
- Utami, K. W. (2014). *Reputasi Positif, Syarat Utama Seorang "Brand ambassador"*. Retrieved Mei 8, 2019, from 2014, Reputasi Positif, Syarat Utama Seorang <http://lifestyle.kompas.com/read/2014/02/01/1529411/Reputasi.Positif.Syarat.Utama.Seorang.Brand.Ambassador>
- Vaus, D. (2002). *Survey in Social Research* (5th Edition ed.). London: Routledge.
- Zikmund, W.G, & Babin, B.J. (2011). *Menjelajahi Riset Pemasaran*. Jakarta: Salemba Erlangga.