

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Clow, K dan Baack, D. (2021). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communication*. Harlow: Pearson.
- Fauzy, Akhmad. (2019). *Metode Sampling*. Banten: Universitas Terbuka.
- Hardani, dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu.
- Kotler, P dan Armstrong, N. (2015). *Principles of Marketing*. Harlow: Pearson.
- Kotler, P dan Keller, K. (2016). *Marketing Management*. Harlow: Pearson.
- Kurniawan dan Puspitaningtyas. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Lea-Greenwood, Gaynor. (2013). *Fashion Marketing Communication*. United Kingdom: John Wiley & Sons, Ltd.
- Moriaty, Sandra et al. (2019). *Advertising & IMC: Principles & Practice*. New York: Pearson.
- Panuju, Redi. (2019) *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi, Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Kalimantan Timur: Mulawarman Univerisity Press.
- Rossiter, Percy dan Bergkvist. (2018), *Marketing Communication: Objective, Strategy, Tactics*. United Kingdom: Sage.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Siyoto, Sandu dan Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publisling.
- Suyono. (2015). *Analisis Regresi Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wati, Andy P. Martha, J dan Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing*. Malang: Edulitera.
- Yuliaty, Kinkin. *Teori Komunikasi*. (2017). Jakarta: Nerbitinbuku.com.

JURNAL

- Citra & Oktavia. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador, Brand Image*, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Skincare Everwhite di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 9(3).

- Destiani & Saputri. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Mie Sedaap Korean Spicy Chicken Di Bandung. *E-Proceeding of Management*, 7(1).
- Fadila, D., Wahab, Z., Isnurhadi, I., & Widiyanti, M. (2021). *The effect of brand image, brand ambassador, and product quality on the purchase decision of Mustika Ratu products: (study on Sriwijaya University students)*. *International Journal of Social Sciences*, 4(1), 182-189
- Immaculata, Marsella dan Utami, Lusia. (2021). Pengaruh Popularitas *Brand Ambassador* NCT 127 Terhadap Minat Beli Produk Nu Green Tea. *Jurnal Prologia*. Vol 5(2), pp 261-266.
- Hadiyati, Ernani. (2016). *Study of Marketing Mix and AIDA Model to Purchasing Online Product in Indonesia*. *British Journal of Marketing Studies*. Vol 4 (7) pp, 49-62.
- Melinda et al. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image*, *Brand Ambassador*, Dan *Word Of Mouth* (Wom) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Skincare Nature Republic Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3 (1).
- Nuryadi, Ahmad, et al. (2019). Analisis Pengaruh *Peripheral Communication Processing* Dengan Penggunaan Agnez Mo Sebagai *Celebrity Endorser* Pada Iklan Freshcare Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen FreshCare Di Kota Banjarmasin). *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol 3(2), pp 57-69.
- Pratiwi, Firda A. dan Cahaya, Yohannes F. (2021) *The Influence of Celebrity Ambassador, Company Image and Service Quality on Rental Interest in Bassura City Apartments on Travelio.com*. *Management Research Studies Journal*. Vol II (2).
- Satria, Arief A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kuliatas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*. Vol 2 (1).

ARTIKEL

- Anna, Lusia Kus. (2019, Agustus 14). Mengapa Remaja Sudah Butuh Pakai Skincare. Diakses pada tanggal 15 July 2022 pada <https://lifestyle.kompas.com/read/2019/08/14/062300120/mengapa-remaja-sudah-butuh-pakai-skincare?page=all>
- Annur, Cindy. (2022, Maret 23). Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022. Di akses pada tanggal 31 Maret 2022 pada

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>

Ermaningtiastuti, Clara. (2022, Feb 08). Somethinc Ajak NCT Dream Temani Penggemar Untuk Capai Kulit Sehat. Di akses pada tanggal 31 Maret 2022 pada <https://www.marketeers.com/somethinc-ajak-nct-dream-temani-penggemar-untuk-capai-kulit-sehat/>

Hallyuvibe.com. (2020). Inilah Sederet Prestasi yang Didapatkan NCT Dream. Diakses pada tanggal 15 Juli 2022 pada <https://hallyuvibe.com/inilah-sederet-prestasi-yang-didapatkan-nct-dream/>

Ismalia, Syifa. (2021, Agustus 24). Lady Boss: Irene Ursula, Sosok di Balik 'Somethinc' Skincare Lokal Yang Bikin Glowing. Diakses pada tanggal 20 Juli 2022 pada <https://www.fimela.com/lifestyle/read/4638984/lady-boss-irene-ursula-sosok-di-balik-somethinc-skincare-lokal-yang-bikin-glowing>

Margono, Gaguk. Pengembangan Instrumen Sikap Terhadap Statistika Menggunakan Skala Diferensial Semantik. Di Akses pada tanggal 15 Maret 2022 pada <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/bitstream/handle/11617/6421/33-Gaguk%20Margono.pdf?sequence=1>

Narwastu, Arum. (2021, Nov 01). Brand Lokal Ini Jadi Top 1 Skincare Brand Terlaris. Di akses pada tanggal 31 Maret 2022 pada <https://www.beautynesia.id/beauty/brand-lokal-ini-jadi-top-1-skincare-brand-terlaris/b-240973>

Nuraeni, Siti. (2022, Maret 8). Memahami Karakteristik dan Ciri-Ciri Generasi Z. Diakses pada 15 July 2022 pada <https://katadata.co.id/sitinuraeni/berita/6226d6df12cfc/memahami-karakteristik-dan-ciri-ciri-generasi-z#:~:text=Gen%20Z%20memiliki%20karakteristik%20yang,dan%20berjejar%20di%20dunia%20virtual.>

Tabloid Asian Plus. (2016, September 19). NCT Dream yang Termuda Dalam Sejarah SM Entertainment. Diakses pada 15 July 2022 pada <https://www.myedisi.com/asianplus/1545/2883/nct-dream-yang-termuda-dalam-sejarah-sm-entertainment>