

**DAFTAR PUSTAKA**

- Abidin, M. (2022). Urgensi Komunikasi Model Stimulis Organism Response (S-O-R) Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran. *Nivedana : Jurnal Komunikasi & Bahasa*, 3(1).
- Aristyani, I. A. (2013). Perbandingan Brand Equity Produk Shampoo Merek Sunsilk Dengan Pantene. *JMK: Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 15(2).
- Ayu, L. T. (2022). Pengaruh Brand Ambassador BTS (Bangtan Boys) dan E-Trust terhadap Minat Beli: Studi pada Komunitas Pengguna Marketplace Tokopedia di Media Sosial. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5).
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Qiara Media: Pasuruan.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habiburrahman, & Silvia, M. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Pantene di Kota Metro. *Jurnal Ekonomika*, 10(2).
- Hitchens, J., & Hitchens, P. (2010). *Create the Perfect Brand*. London: Hachette UK.
- Isnurhadi, Z., & Widiyanti, I. (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).
- Katadata.co.id. (2023). *5 Merek Sampo dengan Pangsa Pasar Terbesar di E-Commerce, Pantene Juaranya*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/08/28/5-merek-sampo-dengan-pangsa-pasar-terbesar-di-e-commerce-pantene-juaranya>
- Kompas.com. (2012). *Dominique, Brand Ambassador Baru Pantene*. Retrieved from <https://lifestyle.kompas.com/read/2012/04/19/08345114/~Etalase~Info%20Kegiatan>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management: Sixteenth Edition*. United States: Pearson Education.

- Meliantari, D. (2023). *Produk dan Merek (Suatu Pengantar)*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Muchtar, Z. (2011). *Brand Ambassador Pantene ditambah*. Retrieved from <https://lifestyle.bisnis.com/read/20110819/54/44385/brand-ambassador-pantene-ditambah>
- Muhtadin, M. S., & Djatmiko, T. (2018). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Shampo Pantene di Bandung. *e-Proceeding of Management*, 5(2).
- Niya, K., & Syahida, A. R. (2018). Pengaruh Slogan "Aku, Jadi Duta Shampo Lain" Pada Iklan Pantene Versi Anggun C. Sasmi Terhadap Pembentukan Brand Awareness Khalayak. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 7(3).
- Novianti, T. A. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pixy. *Pragmatis: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(1).
- Nurazhari, L., & Putri, Y. R. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Blackpink Terhadap Brand Image Tokopedia Periode 2021. *Jurnal Medium*, 10(1).
- Nurlaila. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Produk Scarlett di Kota Malang). *Jurnal Edunomika*, 7(2).
- Ohorella, N. R. (2022). Pengaruh Akun Instagram @Sumbar\_Rancak Terhadap Minat Berkunjung Followers Ke Suatu Destinasi. *Jurnal Komunika*, 18(2).
- Oktiani, A. (2018). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Serta Word of Mouth terhadap Brand Trust dan Pembentukan Brand Loyalty Pada Pelanggan C'Bezt Friend Chicken Kecamatan Genteng Banyuwangi. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 1(2).
- Pangestu, M. I. (2020). Pengaruh Product Attributes, Brand Image, Dan Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention . *e – Jurnal Riset Manajemen*, 7(2).
- Pebriyanti, E. O. (2022). Brand Ambassador and Brand Personality on Decision to Purchase Nature Republic in Karawang. *Aptisi Transaction on Management*, 6(1).
- Purwanza, S. W. (2022). *Metodelogi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Putra, A. M. (2020). Pengaruh Dimensi Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada pengguna Bukalapak di Malang). *Jurnal Bisnis*, 2(3).
- Putra, I. D., & Putri, C. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Prilly Latuconsina terhadap Brand Image E-Commerce Shopee: Survei pada Mahasiswa Universitas Banten. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1).

- Putri, E. N., & Susanti, R. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jeku: Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 22(1).
- Putri, S. H. (2019). Daya Tarik Selebriti Endorser Anggun C. Sasmi Pada Iklan Shampo Pantene. *Jurnal Artcom*, 2(2).
- Rahayu, E. M. (2011). *Brand Ambassador Pantene Tandatangani Declaration of Unbeatable Hair Protection*. Retrieved from <https://swa.co.id/read/21768/brand-ambassador-pantene-tandatangani-declaration-of-unbeatable-hair-protection>
- Raihanah, S. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Produk Wardah Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Ujung Padang. *Journal of Business Administration*, 1(2).
- Ratna, D. (2013). *Mengapa Raline Shah Terpilih Jadi Duta Shampo? Ini Alasannya...* Retrieved from <https://www.kapanlagi.com/showbiz/selebriti/mengapa-raline-shah-terpilih-jadi-duta-shampo-ini-alasannya-efdf54.html>
- Rohmanuddin. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pada Bisnis Ritel Pakaian “Sting” Cabang Kedoya Green Garden). *Jurnal Bina Manajemen*, 10(2).
- Royan, F. M. (2004). *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sagia, A., & Situmorang, S. H. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 5(2).
- Sari, I. (2021). Pengaruh Brand Image Benefits (Functional, Social, Symbolic, Experiential Dan Appearance Enhances) Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pembelian Lipstik Revlon Di Wilayah Jakarta. *Journal Health Of Education*, 2(2).
- Shimp, T. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran. Terpadu, Jilid I (edisi 5)*. Jakarta: Erlangga.
- Siahaan, M. D., Suherman, & Saidani, B. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Konten Iklan Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 3(2).
- Sidik, A. (2018). Analisis Iklan Produk Shampoo Pantene Menggunakan Teori Semiotika Pierce. *Technologia*, 9(4).
- Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: Refika Aditama.

- Sitorus, S. A. (2022). *Brand Marketing: The Art Of Branding*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Situmorang, S. B., & Herdiansyah, H. (2022). Brand Ambassadors' Influence on Brand Image and Consumer Purchasing Decisions. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1).
- Statista Research Development. (2021). *Revenue of the beauty & personal care market in Indonesia from 2019 to 2028*. Retrieved from <https://www.statista.com/forecasts/1220238/indonesia-revenue-beauty-and-personal-care-market>
- stickearn. (2024). *Inilah 4 Tingkatan Brand Awareness & Cara Meningkatkan*. Retrieved from <https://stickearn.com/insights/blog/tingkatan-brand-awareness>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sungkono, N. (2018). Pengaruh Endorser Anggun C. Sasmi Terhadap Peminatan Penggunaan Produk Shampo Pantene Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(2).
- Supriyadi, Fristin, Y., & Indra, G. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(1).
- Tridayanti, F., & Nurfebriyaning, S. (2022). Pengaruh NCT Dream Sebagai Brand Ambassador Terhadap Brand Image Produk Mi Instan Lemonilo Pada Generasi Muda. *Jurnal Medium*, 10(2).
- Widodo, S. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian*. Pangkal Pinang: Science Techno Direct.
- Wikipedia. (2024). *Pantene*. Retrieved from <https://id.wikipedia.org/wiki/Pantene>
- Yulianti, F. (2011). *Konsep Reality Show Bintang Pantene Indonesia Diadopsi Vietnam*. Retrieved from <https://lifestyle.okezone.com/read/2011/05/24/29/460468/konsep-reality-show-bintang-pantene-indonesia-diadopsi-vietnam>