

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Almayosi, A. P. (2022). Perbandingan Pengaruh Brand Ambassador Nct Dream Dan Han So-hee Terhadap Brand Image Somethinc Pada Pengikut Akun Instagram @somethincofficial di DKI Jakarta. *Repository Universitas Bakrie*.
- Amanda, N. A. (2022). Analisis Fenomena Fandom K-Pop dalam kajian Hubungan Parasosial: Literatur Review. *Jurnal Psimawa*, 5(2), 85 - 90.
- Andata, C. P., & Iflah, I. (2022). Pengaruh Media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Awareness “Somethinc” Pada Pengguna Instagram Di JABODETABEK. *Jurnal Komunikasi*, 13, 84-92.
- Angelie, C. (2022). Keputusan Pembelian oleh Nctzen pada Produk Mi Instan (Studi Deskriptif Pada Lemonilo X Nct Dream). *Repository Universitas Bakrie*.
- Hendi, D., Rini, E. S., & Silalahi, S. A. (2022, April). The Influence of Integrated Marketing Communication, Brand Ambassador on Purchase Decisions through Brand Awareness, and Brand Image as Intervening Variables at Tokopedia in Medan City. *International Journal of Research and Review*, 9(4).
- Kriswindayasti, K. D. (2021). STRATEGI DIGITAL MARKETING DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM “WOVE STUFF” DALAM AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN. *Jurnal Komunikasi Massa*, 1.
- Maharani, S. A., & Kaligis, R. A. (2022). Peran Brand Ambassador Kim Seon Ho Dalam Meningkatkan Minat Beli Skincare Everwhite. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7.
- Nurtiah, N., & Abdillah, F. (2021). Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Iklan Televisi dan Minat Beli Suatu Produk. *Journal of Management (SME's)*, 14(3), 351-363.
- Sagir, J., Pandika, N. S., & Darwini, S. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Country Of Origin Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Skin Care Korea. *Journal of Economics and Business*, 7(1), 125-142.
- Soesatyo, N., & Rumambi, L. J. (2013). Analisa Credibility Celebrity Endorser Model : Sikap Audience Terhadap Iklan Dan Merek Serta Pengaruhnya Pada Minat Beli "Top Coffee". *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1-12.

Buku

- Bakker, D. (2018). Conceptualising Influencer Marketing. *Journal of Emerging Trends in Marketing and Management*, 1.

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2012). *Digital Marketing; Strategy, Implementation, and Practice* (Fifth ed.). England: Pearson Education Limited.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2018). *ntegrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications* (8th ed.). Pearson Education.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran* . CV. Penerbit Qiara Media .
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (Vol. 1). Erlangga.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. PENERBIT KBM INDONESIA.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2 ed., Vol. 1). Alfabeta Bandung.

Website

- Annur, C. M. (2022). Diambil kembali dari
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/08/serum-produk-skincare-lokal-paling-banyak-disukai-perempuan-indonesia>
- Dihni, V. A. (2022). Diambil kembali dari
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/26/ini-produk-skincare-dan-kosmetik-paling-terkenal-di-kalangan-k-popers>