

REFERENCE

- Andrews, J. C., & Shimp, T. A. (2018). *Advertising, Promotion, and other Aspects of Integrated Marketing Communications*. Cengage Learning.
- Anita, S. Ak., & Wahjoedi, T. (2022). The Influence of Brand Image and Brand Awareness on Purchasing Decisions is Moderated by Brand Ambassador. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 16(3), 947–957.
- Armstrong, J. S. (2001). *Principles of Forecasting: A Handbook for Researchers and Practitioners* (Vol. 30). Springer.
- Armstrong, M. (2006). Competition in Two-Sided Markets. *The RAND Journal of Economics*, 37(3), 668–691.
- Asmara, E., & Ratmono, D. (2021). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use on Attitudes and Interest in Using Regional Financial Management Information Systems. *Iapa Proceedings Conference*, 134–143.
- Butarbutar, L. (2019). *Pengaruh Online Customer Review, Influencer Marketing, dan Kualitas Website terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Shopee pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*. Universitas Sumatera Utara.
- Cleff, T. (2019). *Applied Statistics and Multivariate Data Analysis for Business and Economics*. Springer.
- Compas. (2021). *Top 5 Brand Perawatan Wajah di E-commerce Indonesia dengan Penjualan di atas Rp 10 Miliar*. Compas.Co.Id. <https://compas.co.id/article/top-5-brand-perawatan-wajah/>

- Djarmiko, T., & Pradana, R. (2016). Brand Image and Product Price; Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 219, 221–227.
- Doucett, E. (2008). *Creating Your Library Brand, Communicating Your Relevance and Value to Your Patrons*. American Library Association.
- Evelina, L. W., & Handayani, F. (2018). Penggunaan Digital Influencer dalam Promosi Produk (Studi Kasus Akun Instagram@ bylizzieparra). *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 1(01), 71–82.
- Fahmi, I. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia Teori dan Aplikasi*. Alfabeta.
- Fitrianingsih, A. S. C. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador terhadap Minat Beli dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening*. Universitas Hasanuddin Makassar.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gultom, S. B., & Sari, D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Blackpink terhadap Brand Image E-Commerce Shopee. *EProceedings of Management*, 6(2), 4047–4053.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing sebagai

- Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Eksekutif*, 15(1), 133–146.
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Elex Media Komputindo.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Holcomb, Z. (2016). *Fundamentals of Descriptive Statistics*. Routledge.
- Hosmer, D. W., Hosmer, T., Le Cessie, S., & Lemeshow, S. (1997). A Comparison of Goodness-of-Fit Tests for the Logistic Regression Model. *Statistics in Medicine*, 16(9), 965–980.
- Kamilah, G., & Wahyuati, A. (2017). Pengaruh Labelisasi Halal dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(2), 1–18.
- Kenton, W. (2020). *How Multiple Linear Regression Works*. Investopedia.
- Khayah, B. Z., & Marpaung, N. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Nilai terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Daerah Cikarang Kabupaten Bekasi). *Parameter*, 7(1), 141–154.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1* (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani (eds.); 12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing Edition Global Edition*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I* (12th ed.). Erlangga.
- Lea-Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communications*. John Wiley & Sons.
- Lengkawati, A. S., & Saputra, T. Q. (2021). Pengaruh Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Elzatta Hijab Garut). *Prismakom*, 18(1), 33–38.
- Lupiyoadi, R. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa: Jasa Teori dan Praktik*. Salemba Empat.
- Maulana, F. A., Lestariningsih, D. J., & Nursruwening, Y. (2021). Perencanaan Resort dengan Arsitektur Tropis di New Kawasan Pangandaran. *Teodolita: Media Komunkasi Ilmiah Di Bidang Teknik*, 22(1), 30–39.
- Mertler, C. A., & Reinhart, R. V. (2016). *Advanced and Multivariate Statistical Methods: Practical Application and Interpretation, ; Advanced and Multivariate Statistical Methods*. Routledge.
- Mishra, P., Pandey, C. M., Singh, U., Gupta, A., Sahu, C., & Keshri, A. (2019). Descriptive Statistics and Normality Tests for Statistical Data. *Annals of Cardiac Anaesthesia*, 22(1), 67.
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.
- Mullins, J. W., Walker Jr, O. C., Larreche, J. C., & Boyd, H. W. (2005). *Marketing Manajemen: A Strategic Decision Maker Approach*. The Megraw-Hill Companies.

- Nofiawaty, N., Fitrianto, E. M., & Iisnawati, I. (2020). Brand Ambassador and the Effect to Consumer Decision on Online Marketplace in Indonesia. *Sriwijaya International Journal Of Dynamic Economics And Business*, 4(1), 21–30.
- Prastiyani, M., & Suhartono, S. (2020). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Smartphone Advan melalui Citra Merek sebagai Variabel Intervening di Wilayah Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 7(1), 58–74.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial*. Pustaka Setia.
- Priyatno, P., Yudhana, A., & Sunardi, S. (2018). Perancangan Pengaman Pintu Rumah Berbasis Sidik Jari Menggunakan Metode UML. *Jurnal Teknologi*, 10(2), 131–138.
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Zifatama Publishing.
- Respati, W. D. (2017). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk Lipstik Wardah*. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Royan, F. M. (2004). *Marketing Celebrities*. PT Elex Media Komputindo.
- Royan, F. M. (2005). *Market Intelligence (Mengaplikasikan Spionase pada Pemasaran Masa Kini)*. Elex Media Komputindo.
- Sanahuja, N. (2020). *The Science of Influencer Marketing*. Omega Publishers.
- Selvia, M. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlett Whitening pada Mahasiswi Fakultas

- Ekonomi dan Bisnis. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 320–330.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Syafril, M. P. (2019). *Statistik Pendidikan*. Kencana.
- Tambajong, G. (2013). Bauran Pemasaran Pengaruhnya terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha di PT. Sarana Niaga Megah Kerta Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3).
- Uyuun, S. N. (2022). Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening pada Mahasiswa FEB UNESA. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(2), 164–174.
- Walker, J. T., & Maddan, S. (2019). *Statistics in Criminology and Criminal Justice*. Jones & Bartlett Learning.
- Wang, F., & Hariandja, E. S. (2016). The Influence of Brand Ambassador on Brand image and Consumer Purchasing Decision: A Case of Tous Les Jours in Indonesia. *International Conference on Entrepreneurship (IConEnt-2016)*, 493497.
- Wulandari, D. S., Marcella, I., & Nursal, M. F. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Melalui

Minat Beli Skincare Somethinc di Kota Bekasi. *Jurnal Economina*,2(10), 2775–2790.

Zaki, A. (2008). *SmitDev*. Community.

Zukhrufani, A., & Zakiy, M. (2019). The effect of beauty influencer, lifestyle, brand image and halal labelization towards halal cosmetical purchasing decisions. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 5(2), 168–180.

