

## DAFTAR PUSTAKA

### Internet :

- FDA. 2017. "FDA Authority Over Cosmetics: How Cosmetics Are Not FDA- Approved, but Are FDA-Regulated"  
(<https://www.fda.gov/cosmetics/guidanceregulation/lawsregulations/ucm074162.htm>, diakses pada 4 April 2017 )
- Riyo Niardo. 2020. Indonesia Masuk Daftar Negara Dengan Jumlah Fans K-Pop Terbanyak diTwitter  
(<https://kpopchart.net/2020/09/indonesia-masuk-daftar-negara-dengan-jumlah-fans-k-pop-terbanyak-di-twitter.html>, diakses pada 22 September 2020)
- Nusaresearch. 2020. Laporan Tentang Makeup Routines  
([https://nusaresearch.net/public/news/996Laporan\\_Tentang\\_Makeup\\_Routine.nrsr](https://nusaresearch.net/public/news/996Laporan_Tentang_Makeup_Routine.nrsr), diakses pada 21 September 2020)
- TechoBusinessMedia. 2020. Spire Insight : Potensi Pasar Kosmetik Indonesia  
([https://technobusiness.id/insight/spire-insight/2020/10/30/spire-insight-potensi-pasar-kosmetik-indonesia/#google\\_vignette](https://technobusiness.id/insight/spire-insight/2020/10/30/spire-insight-potensi-pasar-kosmetik-indonesia/#google_vignette), diakses pada 30 Oktober 2020 )
- Twitter Web App. 2020. Most Viewed Kpop Group Video of 2020  
(<https://twitter.com/kchartsofficial/status/1274602161700106240>, diakses pada 21 Juni 2020 )
- Siprianus Edi Hardum / EHD, Tren Pengguna Kosmetik Meningkat, Indonesia Diprediksi Jadi Pasar Kelima Terbesar di Dunia  
(<https://www.beritasatu.com/ekonomi/782347/tren-pengguna-kosmetik-meningkat-indonesia-diprediksi-jadi-pasar-kelima-terbesar-di-dunia>, diakses pada 03 Juni 2021 )
- Topbrandaward.com. 2016. Top Brand Index  
([https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_year=2016](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2016), diakses pada 28 Oktober 2016 )

Komarudin. 2021. Top 3 Berita Hari Ini: Indonesia Tempati Urutan ke-4 Penggemar KoreanWave Terbesar di Dunia  
 (<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4668422/top-3-berita-hari-ini-indonesia-tempati-urutan-ke-4-penggemar-korean-wave-terbesar-di-dunia>, diakses pada 08 Oktober 2021 )

**Buku :**

- Assael, H. (2001). *Cinsumer Behavior and Marketing Action, 6 th ed.* USA.
- Belch, G. E. (2003). *Advertising and Promotion 6th Edition.* USA: The McGraw-Hill Companies.
- Chin, W. d. (1999). *Structural Equation Modeling Analysis With Small Sample Using Partial Least Square.* London: Sage Publications.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran.* Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 9 Edisi Ke 4 ).* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi SPSS.* Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I . (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2015). *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0.* Semarang: Universitas Diponegoro.
- Husein, U. (2003). *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa.* Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan.* Surabaya: Unitomo PRESS.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan.* Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management 11th Edition.* New Jersey: Prentice Hall.
- Lamb, H. d. (2001). *Pemasaran Jilid Satu.* Jakarta: Salemba Empat.
- Lea, G. (2012). *Fashion Marketing Communication E-Book Somerset.* USA: Wiley.
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran.* Samarinda: Mulawarman University PRESS.
- Royan, F. (2004). *Marketing Selebrities, Selebriti Dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri.* Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

- Sani Ahmad, M. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia : Teori, Kuisisioner, dan Analisis Data*. Malang: Uin Press.
- Setiyaningrum, A. (2015). *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Siyoto, Sandu . (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugianingrat, I. A. (2021). *Peningkatan Kinerja Karyawan melalui Employee Engagement dan Organizational Citizenship Behavior*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfa Beta.
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2015). *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Supriyanto, A. &. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia Toeri, Kuisisioner dan Analisis Data Cetakan II*. Malang: UIN Maliki Press.
- Widiyastuti. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta Selatan: FEB-UP Press.

#### **Jurnal :**

- Aziz, S. U. (2012). Impact Of Celebrity Credibility On Advertising Effectiveness. *Pakistan Journal Of Commerce And Social Sciences*, 7(1).
- Darmawan, R. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Smartphone OPPO). *Jurnal eProceedings of Management*, 6(2).
- Darwati, A. M. (2019). Pengaruh Penggunaan Western Model Sebagai Brand Ambassador Terhadap Sikap Pada Iklan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 69(1).
- Daud, I. (2015). Peran Celebrity Endorser Dalam Membentuk Perceive Value dan Purchasing Intention. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 13(3).
- Dwitama, A. d. (2015). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Marketing Communication Terhadap Brand Awareness dan Dampaknya Oada Minat Menonton RCTI ( Rajawali Citra Televisi Indonesia ). *Jurnal Binus Business Review*, 6(1).
- Dzisah, W. d. (n.d.). Celebrity Endorsement and Customer Buying Behavior; Enchaning The Promotion Function of Marketing in The Central Business

- Area of Accra, Ghana. *European Journal of Business and Management*, 5(25).
- Larasati, E. d. (2018). Pengaruh Brand Ambassador dan Event Sponsorship Terhadap Purchase Intention dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 11(1).
- Lastifa, Lutfia. (2015). Pengaruh Periklanan Mobile dalam Bnetuk SMS dan Citra Produk Terhadap Sikap Konsumen ( Survei pada Pengunjung Grapari Telkomsel Malang. *Skripsi Universitas Brawijaya*.
- N. Fadhila., H. (2016). Studi Tentang Social Media Mrketing dan Brand Awareness, Word of Mouth terhadap Minat Beli Produk Mommilk (Studi Pada Pengguna Instagram Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Jurnal Manajemen Diponegoro*, 5(2).
- Nurvita Septya, (2016). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen MD Clinic by Lazeta. *Jurnal Bisnis dan IPTEK*, 9(2).
- Purbohastuti, A. W. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1).
- Slamet W., (2018). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk ( Product Life Cycle ). *Jurnal Kajian Ekonomi dan Kajian Publik*, 4(1).
- Stephanie, E. R. (2013). Analisa Pengaruh Rio Dewanto dan Donita Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Axe Ananchy Dengan Daya Tarik Iklan dan Efek Iklan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manejemen Pemasaran*, 1(2).
- Suyono, P. H. (2014). Pengaruh Iklan Online Melalui Media Facebook Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura. *Jurnal Studi Manejemen*, 8(1).
- Wangsa, G. C. (2015). Peran Sikap Pada Iklan Dalam Memediasi Pengaruh Kredibilitas Al Ghazali sebagai Endorser Terhadap Niat Beli (Studi Pada Produk Men's Biore Cool Oil Clear ). *Jurnal Manajemen*, 4(3).
- Widhiarso, W(2012). Penggunaan Variabel Mediator Dalam Eksperimen: Contph Kasus Intervensi Pengatasan Depresi Pada Remaja. *Jurnal Psikologi Undip*, 11(2).
- Yusri A., I. P. (2014). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian ( Survey Pada Pengguna Line di Asia ). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(1).