

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdiannur Abdianur, S. S. (2019). *Celebrity Endorser ( Visibility, Celebrity Endorser (Bintang Iklan) Sebagai Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Membeli Oli Fastron Di Kota Balikpapan*. Abdiannur. *Jurnal Geoekonomi*, 15. [Http://Jurnal.Fem.Uniba-Bpn.Ac.Id/Index.Php/Geoekonomi](http://Jurnal.Fem.Uniba-Bpn.Ac.Id/Index.Php/Geoekonomi)
- Amalia, A., & Pura, M. H. (2021). *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Iklan Yang Menyebabkan Kekeliruan*. *Widya Yuridika: Jurnal Hukum*, 4(2), 503–514.
- Bonde, F., Juanna, A., & Ismail, Y. L. (2022). *Pengaruh Endorsement Terhadap Brand Image Scarlett Whitening Pada Media Sosial Instagram (Studi Pada Agen Scarlett Whitening By Bunga Cosmetics Gorontalo)*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 315–321. [Http://Ejurnal.Ung.Ac.Id/Index.Php/JIMB](http://Ejurnal.Ung.Ac.Id/Index.Php/JIMB)
- Digor Mufti<sup>1</sup>, Rokhimah<sup>2</sup>, Andi Hasrun<sup>3</sup>, D. I. K. (2022). *Pengaruh Kreativitas Iklan Dan Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening ( Studi Pada Online Shop Hara Sorong)*. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 01(12), 13–14.
- Joan, V. (2022). *Produk Kecantikan Tembus Transaksi Rp210 Miliar, Brand Lokal Terfavorit*. [Dashboard Kompas.Co.Id](https://Dashboard.Compas.Co.Id). [Https://Compas.Co.Id/Article/Penjualan-Produk-Kecantikan/](https://Compas.Co.Id/Article/Penjualan-Produk-Kecantikan/)
- Kusumadilaga, R. (2022). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)*. *Pareso Jurnal*, 4(2), 273–294.
- Lauricia, T. (2020b). *Pengaruh Iklan Dan Word Of Mouth Terhadap Brand Awareness Tealab*. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(2), 112–120. [Https://Doi.Org/10.37715/Jp.V5i1.1563](https://Doi.Org/10.37715/Jp.V5i1.1563)
- Mardiyah, I. Maisyatul Mardiyah, & Giza Pudrianisa, S. L. (2022). *Pengemasan Iklan Makro Influencer Scarlett Whitening Di Tiktok Untuk Membangun Brand Awareness*. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 2(2), 119–128. [Https://Doi.Org/10.20885/Cantrik.Vol2.Iss2.Art4](https://Doi.Org/10.20885/Cantrik.Vol2.Iss2.Art4)
- Meltha Cristina, & Ade Putranto Prasetyo Wijiharto Tunggal. (2023). *Representasi Laki-Laki Metroseksual Dalam Iklan Scarlett Whitening Song Joong Ki*. *Jurnal Audiens*, 4(1), 159–169. [Https://Doi.Org/10.18196/Jas.V4i1.14](https://Doi.Org/10.18196/Jas.V4i1.14)

- Osak, D. J., & Pasharibu, Y. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Mediasi Brand Awareness*. *E- Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 9.4 (2020):357-380, 9.4, 357–380.
- Parmariza, Y. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Informasi, Viralmarketing Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Instagram*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 5(3), 192–206.
- Partiwi, R., & Herawati, H. (2022). *Pengaruh Kepemilikan Institusional, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan*. *Jurnal Kajian Akuntansi Dan Auditing*, 17(1), 29–38. <https://doi.org/10.37301/jkaa.v17i1.76>
- Praschita, I. W. P., & Giantari, I. G. A. K. (2019). *Peran Brand Awareness dalam Memediasi Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Attitude*. *E-Jurnal Manajemen*, 8(2), 8016–8046. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/manajemen/article/download/42153/28071>
- Priana, J. R., & Suwandi, S. (2019). *Pengaruh Iklan “Introduction: Jo & Jek” Di Youtube Terhadap Brand Awareness (Studi Kasus Perusahaan Go-Jek)*. *Journal Of Entrepreneurship, Management And Industry (JEMI)*, 2(4). <https://doi.org/10.36782/jemi.v2i4.1961>
- Ristauli Hutagaol, R. S., & Safrin, F. A. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening*. *Journal Of Social Research*, 1(7), 761–772. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i7.147>
- Ryan Sara Pratiwi, L. K. A. (2021). *Brand Skincare Scarlett Gandeng Girlband Twice Jadi Star Ambassador*. *Kompas.Com*. <https://lifestyle.kompas.com/read/2021/10/16/152300420/brand-skincare-scarlett-gandeng-girlband-twice-jadi-star-ambassador>
- Sahla, H. (2019). *Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam Hilmiatus*. *Jurnal Pionir LPPM Universitas Asahan*, 5(2), 57–61. <https://doi.org/10.15642/maliyah.2018.8.1.65-93>
- SAPUTRA, E. (2019). *Pengaruh Motivasi Kerja, Disiplin Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Indomobil Finance Cabang Malang Oleh*. 2(2), 1–14.
- Setiawan, B., & Rabuani, C. C. (2019). *Pengaruh Iklan Dan Endorser Terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*. *Jurnal Aplikasi Ekonomi, Akuntansi Dan Bisnis*, 1(1), 001–015. <https://doi.org/10.35212/277621>

- Shofiyatus Zaqiyah, Hiro, N. Z., & Muhafidhah Novie, M. Novie. (2021). *Pengaruh Celebrity Endorse Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Ms Glow*. *Greenomika*, 3(2), 90–97. <https://doi.org/10.55732/Unu.Gnk.2021.03.2.5>
- Sugiyono, P. D. (2019). *Buku Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D (M. Dr.Ir.Sutopo.S.Pd (Ed.); Edisi Ke-2)*. Alfabeta Bandung.
- Sumarsan. (2021). *Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020*. *Jurnal Akuntansi*, 51(1), 1–15.
- Suripto, T. (2018). *Kajian Literatur Efektifitas Pemasaran Produk Dengan Menggunakan Sistem Online Marketing Di Era Disruption*. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 8(2), 120–128. [https://doi.org/10.21927/Jesi.2018.8\(2\).120-128](https://doi.org/10.21927/Jesi.2018.8(2).120-128)
- Wardani, D. S. D., & Maskur, A. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pengguna Scarlett Whitening)*. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2), 1148–1160. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V5i2.689>
- Wijaya, A. K. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Awareness Instagram @Jimshoney.Surabaya (Studi Elaboration Likelihood Model)*. 1–145.
- Zulfikar, A., Subarsa, K. Y., Komunikasi, D. I., Sosial, F. I., & Jakarta, U. N. (2019). *Pengaruh Iklan Dan Promosi Penjualan Di Televisi Terhadap Brand Awareness Bukalapak Pada Pengunjung Kota Kasablanka*. *Jurnal Komunikasi*, 4(1), 17–26.