

DAFTAR PUSTAKA

- (2024, June 11). Retrieved From Google Trend: <https://Trends.Google.Com/Trends/Explore?Date=Today%205-Y&Geo=ID&Q=Azarine&Hl=En>
- Ahdiat, A. (2022, September 5). *Promosi Produk Lewat Idol K-Pop, Efektif Atau Tidak?* Retrieved From Databoks: <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/09/05/Promosi-Produk-Lewat-Idol-K-Pop-Efektif-Atau-Tidak>
- Andrews, J.C., & Shimp, T. . (2017). *Advertising, Promoting, & Order Aspects Of Integrated Marketing Communication*. Boston: Cengage Learning.
- Azarine Cosmetic Resmi Menggandeng Red Velvet Sebagai Brand Ambassador Untuk Launching Makeup Series*. (2023, April 1). Retrieved From Azarinecosmetic: <https://Azarinecosmetic.Com/A/Azarine-Makeup-Series-Berkolaborasi-Dengan-Idol-Group-Asal-Korea-Selatan>
- Azarine Gaet Lee Minho Sebagai Brand Ambassador Terbaru*. (2022, April 01). Retrieved From Azarinecosmetic: <https://Azarinecosmetic.Com/A/Azarine-Gaet-Lee-Minho-Sebagai-Brand-Ambassador-Terbaru>
- Cemara, N. (2023, July 28). *Compas Data Market Insight: 6 Top Produk Sunscreen Paling Laris Di E-Commerce*. Retrieved From Compas: <https://Compas.Co.Id/Article/Produk-Sunscreen-Paling-Laris/>
- Chaffey, Dave Dan Chadwick,F.E. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation And Practice*. United Kingdom: Pearson.
- Chairina, D.A. (2020). Pengaruh Content Marketing Di Instagram Stories @Lcheesefactory Terhadap Minat Beli Konsumen.
- Ghozali . (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th Edition)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gita, Devi & Setyorini, Retno. (2016). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Perusahaan*. Retrieved From Zalora.Co.Id
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.

- Hasanah, A., Setyowati, T., & Nursaidah. (2024). Pengaruh *Brand Ambassador*, Brand Image, Dan *Product Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms . *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Growth*, 12-25.
- Karr, D. (2016). *How To Map Your Content To Unpredictable Customer Journeys*. USA: Mcgraw-Hill.
- Kee, A. W. A, & Yazdanifard. (2015). The Review Of Content Marketing As A New Trend In Marketing Practices. *International Journal Of Management*.
- Kertamukti, R. (2015). Strategi Kreatif Dalam Periklanan: Konsep, Media, Branding, Anggaran. Jakarta: Rajagrafindo.
- Kinlong Industri Kosmetik Tanah Air. (2024, February 20). Retrieved From Indonesia.Go.Id: <https://Indonesia.Go.Id/Kategori/Editorial/7984/Kinlong-Industri-Kosmetik-Tanah-Air?Lang=1>
- Kotler, P. (2017). *My Adventures In Marketing: The Autobiography Of Philip Kotler*. Texas: Idea Bite Press.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2018). (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lidwina, A. (2021, February 8). *Korean Wave Dorong Orang Indonesia Beli Produk Korea Selatan*. Retrieved From Databoks: <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2021/02/08/Korean-Wave-Dorong-Orang-Indonesia-Beli-Produk-Korea-Selatan>
- Malai, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Mutia, A. (2022, December 5). *Makin Meroket, Pendapatan Produk Kecantikan Dan Perawatan Diri Di RI Capai Rp111,83 Triliun Pada 2022*. Retrieved From Databoks: <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/12/05/Makin-Meroket-Pendapatan-Produk-Kecantikan-Dan-Perawatan-Diri-Di-Ri-Capai-Rp11183-Triliun-Pada-2022>
- Nabilah, I., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Peran Influencer Dalam Konten Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Maybelline. *Jurnal Economina*, 2791-2805.

- Octavia, E. B., Fatimah, F., & Puspitadewi, I. (2022). Pengaruh Harga, *Brand Ambassador*, Brand Image, Dan Kualitas . *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Growth*, 361-375.
- Pertengahan Tahun 2023, Azarine Meraih Penghargaan Brand Choice Award 2023*. (20, July 2023). Retrieved From Azarinecosmetic: <https://Azarinecosmetic.Com/A/Pertengahan-Tahun-2023-Azarine-Meraih-Penghargaan-Brand-Choice-Award-2023>
- Pratama, A. (2024, January 29). *Selalu Inovatif, Azarine Raih Penghargaan Indonesia Brand Champions 2024*. Retrieved From Infobrand: <https://Infobrand.Id/Selalu-Inovatif-Azarine-Raih-Penghargaan-Indonesia-Brand-Champions-2024.Phtml>
- Purwanto, K., Wiska, M., & Hardiyanti, T. (2023). Pengaruh Social Media Influencer, Viral Marketing, Dan Content Marketing. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 18-29.
- Rangian, M. C., & Wenas, R. S., & Lintong, D. Ch. A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Ms Glow Skincare Di Kota Tomohon. *Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi*, 284-294.
- Royan, F. M. (2016). *Marketing Celebrities*. Jakarta: Media Komputindo.
- Sadikin, A., Misra, I., & Hudin, M. S. (2020). *Pengantar Manajemen Dan Bisnis*. Yogyakarta: K-Media.
- Setiawan, I., & Savitry, Y. (2016). *New Content Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Setiyaningrum, U., Jusuf, A., & Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2018). *Metodologi Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu & Handoko, T. H. (2021). *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip Dan Penerapan*. Yogyakarta: Andi.

- Ummat, R., & Hayuningtyas, K. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Ambassador* Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 2279-2291.
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: Indeks.
- Yamit, Z. (2017). *Manajemen Kualitas Produk Dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.