

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, Q.N, dan Murtiyanto, R.K. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia di Area Jabodetabek (Studi Kasus pada Idol K-pop)*. *Jurnal Aplikasi Bisnis*. 7(1), 185-188.
- Banyumaskab.bps.go.id. (2023). Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Banyumas 2022. Diakses 8 Januari 2023 dari <https://banyumaskab.bps.go.id/statictable/2023/11/14/496/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kabupaten-banyumas-2022.html>
- Cooper, D.R., and Emory, C.W. 1996. *Metode Penelitian Bisnis*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Dermawan, E., Sanjaya, A., dan Wediawa'ti, T. (2022). *The Effect of Social Media Marketing and Brand Awareness on Purchase Decisions through Purchase Intention in Kopiria*. *Pinisi Discretion Reew*, 6(2), 37-44.
- Farida, Naili. (2015). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi*. Semarang: CV EF Press Digimedia.
- Firmansyah, M.A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghadani, A., Muhar, A.M., & Sari, A.I. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee dengan Mediasi Brand Awarness*. *Insight Management Journal*, 2(3), 110-118.
- Godey, B., dkk. (2016). *Social Media Marketing Efforts of Luxury Brands: Influence on Brand Equity and Consumer Behavior*. *Journal of Business Research*, 69(12), 5833-5841.
- Gunelius, Susan. (2011). *30-Minutes Social Media Marketing: Step-By-Step Techniques to Spread the Word about Your Business E-Book*. United States: McGraw-Hills Company
- Hadi, S.P. (2007). *Perilaku Konsumen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, M.R.D.Y. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Promosi di Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Beauty Produk Skincare Bening's di Kota Surabaya*. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri (EKONIKA)*, 7(2), 334-350.

- Hanum, S.F., Listyorini, S., dan Purbawati, D.L. (2022). *Pengaruh Pemilihan Brand Ambassador dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen Kopi Lain Hati Wonosobo*. Skripsi. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Riyanto, A.D. (2023). Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023. Diakses 8 Januari 2023, dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>
- Kolinug, M.S., Mananeke, L., & Tampenawas, J.L.A. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Rtulanggi)*. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi, 10(3), 101-111.
- Kemenperin.go.id. (11 September 2022). Perkembangan Industri Kosmetik Nasional. Diakses 14 Februari 2023, dari <http://ikft.kemenperin.go.id/perkembangan-industri-kosmetik-nasional/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Alih Bahasa oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Alih Bahasa oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Marketing Management Edisi 14*. New Jersey: Prentice-Hall Published
- Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran; Marketing Management 9e Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol Jilid 1*. Jakarta: PT Prenhallindo
- Kotler, Philip. (1999). *Manajemen Pemasaran; Analisis, Perencanaan, Implementasi & Pengendalian*, Jakarta: Erlangga
- Lea-Greenwood, Gaynor. (2013). *Fashion Marketing Communications E-book*. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Mani, L., Ganisasmara, N.S., dan Larisu, Z. (2022). *Virtual Community, Customer Experience, And Brand Ambassador: Purchasing Decision on Youtube*. Journal of Theoretical and Applied Information Technology, 100(9).
- Meilina, Arisa. (2021). *Analisis Pengaruh Celebrity Endorsement dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau)*. Skripsi. Universitas Islam Riau.

- Muljono, R.K. (2018). *Digital Marketing Concept*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Mutlah, T., Mirat, Y., Fitriyanto, Suratriadi, P., dan Raharjo, A. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett di Mahasiswa UBSI Kelas 44.3B*. Jurnal AKRAB JUARA, 6(5), 148-158.
- Narottama, N., & Moniaga, N.E.P. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner di Kota Denpasar*. Jurnal Master Pariwisata (JUMPA), 8(2), 741-773.
- Patiallo, Mayke. (2020). *Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Makassar*. Skripsi. Universitas Hassanudin: Makassar.
- Probosini, D.A., Hidayat, N., & Yufuf, M. (2021). *Pengaruh Promosi dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Marketplace Tokopedia dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan, 2(2), 445-458.
- Punjungawidya, A., & Murtiyanto, R.K. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Menantea di Kota Malang*. Jurnal Aplikasi Bisnis, 8(2), 289-294.
- Purwari, A., dan Cahyanti, M.M. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Minat Beli yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian*. IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita, 11(1), 32-46.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2007). *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*. Jakarta: PT. Indeks.
- Shimp, A.T. (2003). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu (edisi 5)*. Erlangga.
- Siregar, S.G. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Kelulusan Pembelian Scarlett Whitening Pada Media Sosial Instagram*. Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Jurusan Manajemen, Universitas Putera Batam: Batam.
- Solis, Brian. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: Wiley
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)*. Bandung: Alfabeta.

- Suleman, Dede dan kawan-kawan. (2022). *The Effects of Brand Ambassador and Trust on Purchase Decisions Through Social Media*. International Journal of Data and Network Science, 7, 433-438.
- Sulistiyowati, R., & Mulyansyah, G.T. (2021). *Pengaruh Digital Marketing Bebas Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner di Kawasan G-Walk Surabaya*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 9(1).
- Sulistiyowati, R., & Pertiwi, B.A.S. (2021). *Pengaruh Green Marketing dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Lokal Kerjodalu*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 9(3).
- Wikantri, M.A. (2022). *The Effect of Social Media Marketing on Purchase Decision Moderate by Product Quality*. Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE), 5(2), 672-686.
- Wulandari, Citra. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone OPPO F3 di Samarinda*. Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman (JIMM), 3(4).