

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulkhakim, A. (2019). Memahami Pengalaman Komunikasi Orang Tua– Anak Ketika Menyaksikan Tayangan Anak-anak di Media Sosial Tik Tok (*Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Science*).
- Aliffia, S., & Purnama, H. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador* Song Joong-Ki Terhadap *Brand Image* scarlett Whitening. *E-Proceeding Of Management*, 9(2), 1259–1263.
- Andrews, J. Craig and Terence Shimp. (2019). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications, 10th Edition. USA: Cengage Learning*.
- Apriatni E.P., Reni S.D., (2021). Buku Ajar Azas-Azas Manajemen. Yogyakarta: Istana Publishing.
- Ar-Rasyi (2024) Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Social Media Marketing* Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Rimba: Riset Ilmu Manajemen Bisnis dan Akuntansi* Vol. 2, No. 1
- Bright, D.S., Cortes, A. H., & Hartman, E. (2019). *Principles of Management Texas: Opestat*.
- Bulele, Y. N. (2020, November). Analisis Fenomena Sosial Media dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok. *In Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology* (Vol. 1, No. 1, pp. 565-572).
- Dewi et al (2021). Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian yang Memediasi *E-Word of Mouth*. Sumber: *Jurnal EMAS* Volume 2, Nomor 2.
- Ernawati, R., Dwi, A.B., Argo, J.G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs *E-commerce* Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*. Volume 4, Nomor 2.
- Erni & Kurniawan. (2019). Pengantar Manajemen. Jakarta: Kencana.
- Fatihudin & Firmansyah. (2019). Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan). Deepublish (Grup Penerbit CV. Budi Utama).
- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek: *Planning dan Strategy*. Qiara Media.

- Fitriana dan Nugroho (2022) Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Ambassador*, dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian. Sumber: Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi Volume 1, Nomor 1
- Ginting, S.M. & Siregar, I. (2023). Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Scarlett Whitening. Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Medan, Vol. 6, No. 2.
- Gunelius, Susan. (2019). *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- Gray & Michael. (2019). *Social media marketing: step by step instructions for advertising your business on Facebook, Youtube, Instagram, Twitter, Pinterest, LinkedIn, and various other platform*. 2 King.
- Grewal, D., & Levy, M. (2020). *Marketing*. New York: McGraw-Hill Education.
- Halija, et al. (2024) “Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Social Media Marketing* Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett *Whitening* Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Negeri Makassar”. Jurnal Manajemen Riset Inovasi (MRI) Vol. 2, No. 2.
- Hamali, A. Y. (2019). *Pemahaman Praktis Administrasi, Organisasi, dan Manajemen*. Edisi ke-1. Jakarta: Prenada Media Group.
- Hasibuan, Malayu S. P. (2019). *Manajemen: dasar, pengertian, dan masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Heggde & Shainesh. (2019). *Social media marketing: Emerging concepts and applications*. Singapore: palgrave macmillan.
- Helianthusonfri, J. (2019). *Belajar Social Media Marketing*. Elex Media Komputindo.
- Hengki, T.S. & Nora, A.B.S. (2023). *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*. Jakarta: IOCS Publisher.
- Herman, L. E., & Athar, H. S. (2019). Pengembangan Model *Social Media Marketing* dan Keputusan Berkunjung: Sebuah Pendekatan Konseptual. *Jlka*, 5(2), 147–155. <https://doi.org/10.31294/kom.v5i2.4688>
- Hurriyati, R. (2019). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.

- Ita Munawaroh dan R.A. Nurlinda (2023) Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Brand Image* Pada Produk *Skincare* Whitelab. Sumber: *Journal of Applied in Business Management and Accounting* Vol 2. No 1.
- Juju, U. (2023). Pengantar Manajemen Pemasaran. Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN)
- Keith A Quesenberry. (2019). *Social media strategy: Marketing, advertising, and public relations in the consumer revolution*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Kotler dan Keller. (2019). *Marketing Management*. 15th edit. Pearson Education.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles of Marketing, Eight European Edition*. London: Pearson Education.
- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. (2019). Perilaku konsumen. Bandung: Refika Aditama.
- Manzoor, U., Baig, S. A., Hashim, M., & Sami, A. (2020). *Impact of Social Media Marketing on Consumer's Purchase Intentions: The Mediating role of Customer Trust*. November. <https://doi.org/10.31580/ijer.v3i2.1386>
- Munawaroh, I. & Nurlinda, R.A., (2023). Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Brand Image* Pada Produk *Skincare* Whitelab. *Journal of Applied in Business Management and Accounting*. Vol. 2, No. 1.
- Musfar, Tengku Firli. (2020). Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran. Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Ningrum dan Hayuningtias (2022). *The Influence of Product Quality, Social Media Marketing, and Brand Ambassador on Online Buying Decisions*. Sumber: *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Volume 6, No. 2
- Nurhasanah, Mahliza, F., Nugroho, L., & Putra, Y.M., (2021). *The Effect of E-WOM, Brand Trust, and Brand Ambassador on Purchase Decisions at Tokopedia Online Shopping Site*. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 1071(1), 012017. <https://doi.org/10.1088/1757-899x/1071/1/012017> oleh Sutopo. Bandung: Cv Alfabeta.

- Panjaitan, R. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Penerbit Sukarno Pressindo.
- Punjungawidya dan Murtiyanto (2022). Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian. Sumber: *Jurnal Aplikasi Bisnis* Volume 8, Nomor 2
- Ratana, M. (2019). Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Ekuitas Merek. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*. Vol. 22 No. 1
- Reni Ernawati, Anastasia Bernadin Dwi, Jenji Gunaeri Argo. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs *E-Commerce Zalora* di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*. Vol. 4, No. 2
- Rimbahari. A., et.,al. (2023). Pengaruh *Viral Marketing* Dan *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Di Platform Tiktok. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. Vol. 6, No. 2
- Royan, Frans., 2020, *Marketing Celebrities*. Jakarta, PT. Elex Media Komputindo.
- Rudy, I., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I.M., (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: CV. Widina Media Utama.
- Sadikin, A., Misra, I., Hudin, M.S. (2020). *Pengantar manajemen dan bisnis*. Yogyakarta: K-Media.
- Sari et.,al (2023) Pengaruh *Social Media Marketing*, *Brand Ambassador* dan *Bundling Product* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk MS Glow Di Bekasi Utara. Sumber: *Jurnal Economina* Volume 2, Nomor 9
- Schiffman, L. G. & Wisenblit, J., 2019. *Consumer Behavior, 12th Edition, Global Edition*. United Kingdom: *Pearson*.
- Schifmann, L. G., & Kanuk, L. L. (2019). *Consumer Behavior*. New Jersey: *Pearson Prestice Hall*.
- Sembiring, Noor. (2019). *Strategi pemasaran jasa: teori dan aplikasi di Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish.
- Simanjuntak H., Indira, C.K., & Soenhadji, I.M. (2024). Pengaruh *Brand Awareness*, *Social Media Marketing* Dan *Celebrity Endorse* Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Secara *Online* Di Kalangan Remaja. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*. Vol. 29, No. 1.
- Sudarsono. (2020). *Manajemen Pemasaran Modern Liberty*.

- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta
- Suharto A., Aminullah R. & Diansari, T. (2019) '*The Effect Of Location Prices And Complete Products On Purchase*'.
- Suleman et al (2023). *The Effects of Brand Ambassador and Trust on Purchase Decisions Through Social Media*. Sumber: International Journal of Data and Network Science 7 (2023). 433–438.
- Suparwi, S. F. (2020). Pengaruh *Product Knowledge, Brand Image, Dan Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Top White Coffe. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 253–272.
- Timpal et al (2022). *The Role of Brand Ambassador on Consumer Purchase Decisions on Tokopedia Marketplace*. Sumber: Jurnal EMBA Vol.10 No.3 Juli 2022, Hal. 652-659.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi pemasaran: prinsip dan penerapan*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Upadana, M. Wahyu K., & Pramudana, K. A. S. (2020). *Brand Awareness Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(5), 1921. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i05.p14>
- Usman, A., & Okafor, S. (2019). *Social Media and Purchase Intentions: Strategic Marketing Implications. Harnessing Omni-Channel Marketing Strategies for Fashion and Luxury Brands*, 83.
- Wijaya, Toni. (2019). *Manajemen kualitas jasa*. Jakarta: Indeks.