

DAFTAR RUJUKAN

- Adela, D., Fabella, N. T., Alfani, A., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Iklan, Persepsi Kualitas, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10.
- Amanda, V., Patarru, N., Paridy, A., & P.Londong, J. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Kualitas Produk, Persife Value Terhadap Minat Belanja Konsumen Pada Produk Skincare Skintific . *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 2.
- Compas.co.id. (2023). *Kategori Pelembab Wajah Mendominasi dan Terlaris di Tiktok dan Shopee*.
- Dewi, L. G., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia . *SHS Web of Conferences*, 2.
- Imaniar, N., Safitri, N. A., & Rahmat, A. A. (2024). Pengaruh Brand Ambassador EXO Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Insight,S. (2024, Maret). <https://standard-insights.com/consumer-report-indonesia-2024/>. Retrieved from Standard Insight: <https://standard-insights.com/consumer-report-indonesia-2024/>

Kriyantono. (2020). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Mulyaningsih, E. L. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Glad2Glow Moisturizer Pada Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa STIE Sampit Prodi Manajemen). *Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*.

Nurfadilah, N., & Fitriani, L. K. (2023). *Pengaruh Korean Wave, Brand Ambassador, dan Brand Awareness Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survey Online Pada Pengguna Skincare Produk Scarlett Whitening di Ciayumajakuning)*. Jawa Barat: Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan.

Rahma, N. L., & Sudarwanto, T. (2024). Pengaruh Brand Image dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Glad2Glow. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*.

Research, C. M. (2024). <https://www.cognitivemarketresearch.com/fast>. Retrieved from Cognitive Market Research: https://www.cognitivemarketresearch.com/fast-moving-consumer-goods---fmcg-market-report?campaign_source=google_ads&campaign_name=cmr_Pmax_APA_C_02&gad_source=1&gbraid=0AAAAApeEsMKpmWk3gsvt9ZGtl6aHqv-f9p&gclid=Cj0KCQjwhMq-BhCFARIsAGvo0KexDJO35T0ifqSVo4nyE8g3

Rosadian, A. (2023). *Marketing Influencer*. Malang: Selaksa Media.

Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2018). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications*. USA: Cengage Learning.

Silalahi1, H. A., Sagala, J. B., Lumbangaol, S., & Tambunan, T. S. (2025). Pengaruh Social Media dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Produk Glad2Glow Pada Missglam. *Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital*.

Wijayati, H., & Drajat, A. (2024). *Metode Pemasaran Digital*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.

Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2014). *Mass Media Research an Introduction*. USA: Wadsworth Cengage Learning.