

DAFTAR REFERENSI

- Aziz, A, T. (2015). Pengaruh komunikasi pemasaran terhadap tingkat kepuasan pelanggan. *Digilib.uin.* Retrieved from: https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/16672/2/10730071_bab-i_iv-atau-v_daftar-pustaka.pdf.
- Annur, C. M. (2022, December 16). Survei JAKPAT: Musik K-Pop Lebih Disukai perempuan ketimbang laki-laki. *Katadata.* <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/16/survei-jakpat-musik-k-pop-lebih-disukai-perempuan-ketimbang-laki-laki>.
- Banila Co. *About us.* <https://banilausa.com/pages/about-us>.
- Chandra, V, R. (2023). Efektivitas ITZY sebagai brand ambassador. *Dewey.petra.ac.id.* Retrieved from: <https://dewey.petra.ac.id/digital/view/57680>.
- Deny, S. (2023). Industri kosmetik Indonesia tumbuh subur. *Liputan6.com.* Retrieved from: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5422129/industri-kosmetika-indonesia-tumbuh-subur-kini-ada-1010-perusahaan-kecantikan>.
- Dewi, R. (2019). Brand kecantikan Korea banila co buka gerai pertama di Indonesia. *Kumparan.com.* Retrieved from: <https://kumparan.com/kumparanwoman/brand-kecantikan-korea-banila-co-buka-gerai-pertama-di-indonesia-1rO9Xrj7pBe/full>.
- Fahrudin, A. (2015). Teori Komunikasi S.O.R. *Academia.edu.* Retrieved from: https://www.academia.edu/11967712/Teori_Komunikasi_S_O_R.
- Farahdiba, D. (2020). Konsep dan strategi komunikasi pemasaran. *Jurnal ilmiah komunikasi makna*, 8(1):22. <http://dx.doi.org/10.30659/jikm.v8i1.7992>.
- Faridi, A., Ismail, M., Handiman, U, T. (2022). Pengantar Komunikasi Pemasaran. Yayasan Kita Menulis.
- Gani, P, K. (2014). *Marketing public relations.* *Lspr.edu.* Retrieved from: <https://www.lspr.edu/pritakemalgani/marketing-public-relations/>.

Kertamukti, Rama. 2015. Strategi Kreatif Dalam Periklanan: Konsep, Media, Branding, Anggaran. Jakarta:Rajawali Pers.

Laure. (2020). 3 models of the cosmetics brand banila co & their beautiful pictures.

Kpopmap.com. Retrieved from: <https://www.kpopmap.com/3-models-of-the-cosmetic-brand-banila-co-their-beautiful-pictures/>.

Lazuardini, M, M. (2020). Model terintegrasi dari *argument quality*. *Trisakti.ac.id*. Retrieved from:http://repository.trisakti.ac.id/usaktiana/index.php/home/detail/detail_koleksi/6/skr/th_terbit/0000000000000000100763/2019.

Lengkong, M, A. (2022). Efektivitas penggunaan brand ambassador Song Joong Ki dalam brand scarlett whitening dengan model VisCAP. *Dewey Petra*. <https://dewey.petra.ac.id/catalog/digital/view/53557>.

Lintin, I, Y. (2023). Data penjualan FMCG: Kompas.co.id ungkap market FMCG. *Kompas.co.id*. Retrieved from: <https://kompas.co.id/article/data-penjualan-fmcg-e-commerce-2023/>.

Listyandari, M, D., Wardana, I, M., & Yasa, N, N, K. (2016). Aplikasi model stimulus-organism response dalam keputusan pembelian online. *Ojs.unud.ac.id*. Retrieved from: <https://repositori.unud.ac.id/protected/storage/upload/penelitianSimdos/e8077ace1c6ffe8746d34ea83196fd0a.pdf>.

Mardiana, N, R. (2020). Analisa pengaruh brand ambassador, citra merek dan kualitas produk. Yogyakarta: Eprints Uad.

Muthalib, D, A., Asir, M. & Lubis, R. (2023). Literature review: peran brand ambassador terhadap kepuasan pembelian melalui minat beli. *Darma Agung* 31(1):799-806.

Nancy. Goenawan, F., & Monica, V. (2020). Efektivitas penggunaan brand ambassador laneige dalam model viscap. *Petra.ac.id*.

Nandy. Brand ambassador: pengertian, jenis, tugas, serta manfaatnya. *Gramedia.com*.

Retrieved from: https://www.gramedia.com/literasi/brand-ambassador-adalah/#google_vignette.

Nandy. Pengertian media sosial, Sejarah, fungsi, jenis, manfaat, dan perkembangannya.

Gramedia.com. Retrieved from: <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/>.

Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*.

Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Nata, S. (2022). Pengertian skala likert dan contoh cara hitung kuesionernya. *Diedit.com*.

Retrieved from: <https://www.diedit.com/skala-likert/>.

Nelson, O., & Deborah, A. (2017). *Celebrity endorsement influence on brand credibility: A critical review of previous studies. Online Journal of Communication and Media Technologies*, 7(1). <https://doi.org/10.29333/ojcm/2577>.

Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. (2022). *Binus.ac.id*. Retrieved from:

<https://communication.binus.ac.id/2022/12/17/pemanfaatan-media-sosial-sebagai-media-promosi/>.

Purnama, B, E. & Teniwut, M. (2022). Teknik pengumpulan data dan metode penelitian.

Mediaindonesia.com. Retrieved from: <https://mediaindonesia.com/humaniora/539107/teknik-pengumpulan-data-dan-metode-penelitian>.

Putri, V, K, M. (2021) Komunikasi pemasaran: pengertian dan tujuannya. *Kompas.com*.

Retrieved from: https://www.kompas.com/skola/read/2021/12/08/130000769/komunikasi-pemasaran--pengertian-dan-tujuannya#google_vignette.

Rabbani, D, B., Mulyati., Hadawiah. (2022). *Komunikasi Pemasaran*. PT. Global Eksekutif Teknologi.

Rahmat, Z. (2022). Marketing Public Relations (MPR) Sebagai Strategi Pemasaran Yang Efektif di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Pajak dan Keuangan Negara Vol.4 No1*. DOI:10.31092/jpkn.v4i1S.1863.

Ramadhan, B. (2022). Perkembangan industry kecantikan terus meningkat secara signifikan.

- Republika.co.id*. Retrieved from: <https://ameera.republika.co.id/berita/rhsl94330/perkembangan-industri-kecantikan-terus-meningkat-secara-siginifikan>.
- Ramadhani, N, D, P. (2022). Pengaruh brand ambassador bintang Korea Selatan.
- Dspace.uui.ac.id*. Retrieved from: <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/41907/18321034.pdf?sequence=1>.
- Rohim, A. & Asnawi, N. (2023) Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dimoderasi Oleh Brand Image. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*. (n.d.). <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>.
- Rohmah, M, N. (2023). Pentingnya marketing public relations dalam dunia pemasaran.
- Researchgate.net*. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/376376770_PENTINGNYA_MARKETING_PUBLIC_RELATIONS_DALAM_DUNIA_PEMASARAN_TU AN_FUNGSI_DAN_STRATEGI.
- Royan, F, M. (2005). Marketing selebritis: Startegi dalam iklan dan strategi selebritis memasarkan diri sendiri. Jakarta: PT. Media Elx Komputindo.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektivitas komunikasi. Banten: Ejournal Bsi.
- Indonesia social media statistics 2024 most popular platforms*. (2024).
- Sherly, S. (2021). Biodata dan Profil Jeonghan SEVENTEEN, Si 'Paduka' Bersuara Merdu.
- Idntimes.com*. Retrieved from: <https://www.idntimes.com/korea/kpop/sherly-8/biodata-profil-jeonghan-seventeen-c1c2-1?page=all>.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Thabroni, G. (2022). Brand ambassador: pengertian, peran (tugas), karakter, dimensi & indikator. *Serupa.id*. Retrieved from: <https://serupa.id/brand-ambassador-pengertian-peran-tugas-karakter-dimensi-indikator/>.
- Theglobalstatistics.com*. Retrieved from: https://www.theglobalstatistics.com/indonesia-social-media-statistics/?expand_article=1.
- Tobing, S, T, A. (2023). Efektivitas Brisia Jodie sebagai brand ambassador. *Dewey.petra.ac.id*.

- Retrieved from: <https://dewey.petra.ac.id/digital/view/57677>.
- Umum, P. (2023). Gen z: definisi dan rentang waktu. *Kumparan.com*. Retrieved from: <https://kumparan.com/pengetahuan-umum/gen-z-definisi-dan-rentang-waktu-20oHGjKzVJd/full>.
- Utama, I, G, B, R. (2016). Teknik sampling dan penentuan jumlah sample. *Researchrate.net*. <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.1.5187.0808>.
- Vrontis, D., Thrassou, A. & Papasolomou, I. (2014). *Marketing Public Relations: A Consumer focused Strategic Perspective*. DOI:10.1362/147539214X14024779343631.
- Wahyuni, N. (2014). Uji validitas dan reliabilitas. *Binus.ac.id*. Retrieved from: <https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/>.
- Wolfe, S. (2022). Seventeen's Jeonghan doesn't forget to do his job as banila co's ambassador. *Koreaboo.com*. Retrieved from: <https://www.koreaboo.com/news/seventeen-jeonghan-ambassador-airport-promotion-angel/>.
- Young, L, N. (2021). Banlia Co selects seventeen's jeonghan ambassador. *Naver.com*. Retrieved from: https://n.news.naver.com/mnews/article/119/0002540242?sid=101&utm_source=ground.news&utm_medium=referral.
- Yung, D., & Sukendro, G. G. (2022). *The role of Brand Ambassador on advertising in building brand Awareness (A case study of #Selaluadaselalubisa BTS Ads)*. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220404.190>.