

DAFTAR PUSTAKA

- Atiek Ishlahiya. (2022). Industri kecantikan tanah air punya prospek baru. Retrieved from <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2022/10/25/bpom-menilai-industri-kosmetik-akan-Tetap-berkembang>.
- Akrimi, Y., & Khemakem, R. 2012. What drive customers to spread the word in social media. *Journal of marketing research and case studies*.
- Ambarwati, A. (2021). *Perilaku dan teori organisasi*. Media nusa creative (MNC publishing).
- Akdon dan Riduwan. 2013. Rumus dan data dalam analisis statistika. Bandung: Alfabeta.
- Acharya, A. S., Prakash, A., Saxena, P., & Nigam, A. (2013). Sampling: Why and how of it. *Indian Journal of Medical Specialties*, 4(2), 330-333.
- Aksi Kita Indonesia. Kapan Lagi ngegosip bareng Nicholas Saputra, 4 September 2021. https://www.youtube.com/watch?v=5Nc_rpxpiPc&t=314s
- Annisa, A., Nuraeni, R., & Fitriawan, R. A. (2016). Imoralitas pada tokoh joker (analisis Semiotika Pada film the dark knight oleh Christopher Nolan). *Eproceedings of management*, 3(3).
- BPS(2021). Jumlah penduduk Jawa timur menurut kelompok umur dan jenis kelamin. Retrieved from <https://jatim.bps.go.id/indicator/12/120/1/jumlah-penduduk-provinsi-jawa-timur-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin.html>
- Badan Pom. (n.d.). Mengenal kosmetik dan penggunaannya. Retrieved from <https://bbpom-yogya.pom.go.id/705-judul-mengenal-kosmetik-dan-penggunaannya.html>
- Badan Pusat Statista (2023) *most popular imported skincare brands in Indonesia as of april 2023*. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/1396710/indonesia-leading-imported-skincare-brands/>
- Bazzano, D. (2009, Juli 8). The brand ambassador marketing model guide. Redrieved from <http://www.masternewmedia.org/the-brandambassador-marketing-model-guide/>
- CNNIndonesia(2023). Viral,Skintific skincare paling diburu dan raih penghargaan. Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20230227194144-307-918563/viral-skintific-skincare-paling-diburu-dan-raih-banyak-penghargaan>
- Cervellon, M. C., & Coudriet, R. (2013). Brand social power in luxury retail: Manifestations of brand dominance over clients in the store. *International journal of retail & distribution management*, 41(11/12), 869-884.
- Cicilia, N. U., El Karimah, K., & Mulyana, S. (2024). Peran kredibilitas duta merek dalam

- meningkatkan efektivitas iklan. *ARIMA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 1(3), 75-83.
- Darma, B. (2021). *Statistika penelitian menggunakan SPSS: Uji validitas, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji T, uji T, r2*. Google books [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=acpLEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=Darma,+B.+\(2021\).+Statistika+penelitian+Menggunakan+SPSS:+Uji+Validitas,+Regresi+Linier+Sederhana,+Regresi+Liner+berganda,+Uji+T,+Uji+T,+R2.+Google+Books&ots=IZi3QWkt08&sig=nzZbECZc9dj_wcOoszP4FceSkeM&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=acpLEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=Darma,+B.+(2021).+Statistika+penelitian+Menggunakan+SPSS:+Uji+Validitas,+Regresi+Linier+Sederhana,+Regresi+Liner+berganda,+Uji+T,+Uji+T,+R2.+Google+Books&ots=IZi3QWkt08&sig=nzZbECZc9dj_wcOoszP4FceSkeM&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Detik.com. (2024). Jumlah penonton Indonesia Naik. Retrieved from <https://www.detik.com/pop/movie/d-7177288/jumlah-penonton-indonesia-naik-ini-potensi-besarnya>
- DetikJatim. (2023). 38 kabupaten dan kota di Jawa Timur diurutkan dari yang terpadat. Retrieved from <https://www.detik.com/jatim/berita/d-6889539/38-kabupaten-dan-kota-di-jawa-timur-diurutkan-dari-yang-terpadat>
- Databoks.(2022). Isi waktu senggang, Ini kegiatan yang disukai orang Indonesia. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/30/isi-waktu-senggang-ini-kegiatan-yang-disukai-orang-indonesia>
- Databoks (2023). Kelompok anak muda jadi pengguna terbesar Tiktok, usia berapa mereka? Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/27/kelompok-anak-muda-jadi-pengguna-terbesar-tiktok-usia-berapa-mereka>
- DataReportal (2024). Digital 2024: Indonesia. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Dzulfikar, P. S., & Rachmawati, I. (2023, July). Visibility dan Credibility Arief Muhammad Sebagai brand ambassador baso aci akang. In *Bandung Conference Series: Communication Management* (Vol. 3, No. 2).
- Female Daily (2022). Dinanti para beauty enthusiast, Surabaya X Beauty kembali hadir tanggal 25-27 maret. Retrieved <https://editorial.femaledaily.com/blog/2022/03/24/dinanti-para-beauty-enthusiast-surabaya-x-beauty-kembali-hadir-tanggal-25-27-maret>
- Fimela.com(2023). Gandeng Nicholas Saputra, skintific ajak masyarakat Indonesia jaga skin barrier. Retrieved from <https://www.fimela.com/beauty/read/5478297/gandeng-nicholas-saputra-skintific-ajak-masyarakat-indonesia-jaga-skin-barrier?page=3>
- Firmansyah, A. (2019). Pemasaran produk dan merek. *Jakarta: Penerbit Qiara Media*.
- Firmansyah, M.A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran*. Penerbit Qiara Media.

- Fiska (2021). Teori efektivitas: Devisi, faktor, dan aspek pemicunya. Retrieved from <https://www.gramedia.com/literasi/teori-efektivitas/>
- Film festival Indonesia (n.d.) Retrieved from [https://filmindonesia.or.id/film/lf- a013- 18-184405/penghargaan](https://filmindonesia.or.id/film/lf-a013-18-184405/penghargaan)
- Gani, H. A. (2022). Pengaruh brand ambassador dan citra perusahaan terhadap customer purchase interest pada online business marketplace shopee, tokopedia dan bukalapak di kota Bekasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Tribhakti*,1(1).
- Gita, D., & Setyorini, R. (2016). Pengaruh Brand Ambassador terhadap brand image pada perusahaan online zalora. co. id. *Eproceedings of Management*, 3(1).
- GoodStats (2023) Pengguna instagram berdasarkan rentang usia 2023. Retrieved from <https://data.goodstats.id/statistic/pengguna-instagram-berdasarkan-rentang-usia-2023-> MEdzz.
- Gunawan, C., & Susilo, D. (2021). Impact of Cristiano Ronaldo’s Attractiveness as Brand Ambassador Towards Brand Awareness Shopee. *Ekspektra: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 5(2).
- Hidayat, A.A. (2021). *Menyusun instrumen penelitian & uji validitas-Reliabilitas*. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=0dAeEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA8&dq=Hidayat,+A.A.+\(2021\).+Menyusun+instrumen+penelitian+%26+uji+validitas-Reliabilitas.+%09&ots=4BuO2jfBye&sig=OP7pP5j9_tR-kHmBL1PktOKLLGE&redir_esc=y#v=onepage &q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=0dAeEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA8&dq=Hidayat,+A.A.+(2021).+Menyusun+instrumen+penelitian+%26+uji+validitas-Reliabilitas.+%09&ots=4BuO2jfBye&sig=OP7pP5j9_tR-kHmBL1PktOKLLGE&redir_esc=y#v=onepage &q&f=false)
- Hutapea, B. (2017). Persepsi terhadap daya tarik fisik model iklan di televisi dan citra tubuh pada remaja putri. *Psibernetika*, 5(1).
- Ibeh, K.I.N., Luo, Y. and Dinnie, K. (2005), “E-branding strategies of internet companies: some preliminary insights from the UK”, *Journal of Brand Management*, Vol. 12 No. 5, p. 355
- Iman, A. N. (2023). Efektivitas brand ambassador NCT 127 pada produk skincare Nature Republic di kalangan penggemar NCT di media sosial Twitter. *Journalism, public relation and media communication studies journal (JPRMEDCOM)*, 5(1).
- Irzani, N. F. A., Masruroh, A., & Roikhan, M. R. (2022). Efektivitas Nct Dream sebagai brand ambassador produk somethinc dalam meningkatkan kepercayaan konsumen: indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 2(2), 254-259.
- Junaidi. (2020). Pemanfaatan instagram sebagai media dakwah di kalangan mahasiswa kabupaten Aceh Barat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 6, No 2, 171- 189. <http://jurnal.utu.ac.id/jsourc/article/download/2601/1733>.

- Jahja, Y. (2011). Psikologi perkembangan. Jakarta: Prenada Media Group.
- Kotler, P. Keller. (2007). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks. Kotler
- Kompas.Com (2021). Jumlah Penduduk Indonesia 2020 Berdasarkan Jenis Kelamin. Retrieved from <https://www.kompas.com/stori/read/2021/05/19/115010879/jumlah-penduduk-indonesia-2020-berdasarkan-jenis-kelamin>.
- Kompas.com (2020). Profil Nicholas Saputra, pemeran Rangga dalam Ada Apa Dengan Cinta. Retrieved from <https://entertainment.kompas.com/read/2020/02/05/192642810/profil-nicholas-saputra-pemeran-rangga-dalam-ada-apa-dengan-cinta>
- Kaplan, A. Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. https://www.academia.edu/1274371/Users_of_the_world_unite_The_challenges_and_opportunities_of_social_media.
- Kapanlagi.com (2009). Nicholas Saputra Tak sembarangan terima iklan. Retrieved from <https://www.kapanlagi.com/showbiz/selebriti/nicholas-saputra-tak-sembarangan-terima-iklan.html>
- Kominfo (2024). Industri kosmetik kian bergairah, kadin Jatim: Jadi peluang munculnya wirausaha baru. Retrieved from <https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/industri-kosmetik-kian-bergairah-kadin-jatim-jadi-peluang-munculkan-wirausaha-baru> kamus besar Bahasa Indonesia (2024), retrieved from <https://kbbi.web.id/mampu>.
- Lengkong, M. A., Priyowidodo, G., & Tjahyana, L. J. (2022). Efektivitas Penggunaan brand ambassador Song Joong Ki dalam brand Scarlett Whitening dengan model VisCAP. *Jurnal e-Komunikasi*, 10(2).
- Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. Fashion marketing communications, e-book. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Luhputuekaprasantirutha, N., & Bakhtiar, T. (2019). The brand ambassador effectiveness on brand image and purchasing decision for Oppo Fseries smartphone. *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI) ISSN, 8(03)*, 44-50.
- Loreal Men Expert Indonesia. (2011, June 5). *Iklan L'Oreal Men Expert White Activ Oil Control*. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=355Gh6OlgRw>
- Mommies Daily. (2023). 5 Produk Skintific yang cocok untuk usia 40. Retrieved from <https://mommiesdaily.com/2023/08/31/5-produk-skintific-yang-cocok-untuk-usia-40>.

- Mardiasmo. (2017). Perpajakan. Yogyakarta:CV Andi Offset.
- Mahisa, R. K., Permadi, L. A., & Darwini, S. (2019). Analisis pengaruh tagline dan brand ambassador terhadap brand awareness telepon seluler merek Oppo (Studi Pada Pekerja Kantoran Di Kota Mataram). *Jurnal Riset Manajemen*, 19(2), 86-97.
- Neuman, W .L. (2014).*Social research Methods: Qualitative and quantitative approaches*. pearson education limited.
- Metrojatim.com. (2016). Inilah prestasi film AADC. Retrieved from <https://www.metrojambi.com/lifestyle/13491758/Inilah-Empat-Prestasi-Film-AADC>
- Mahisa, R. K., Permadi, L. A., & Darwini, S. (2019). Analisis pengaruh tagline dan brand ambassador terhadap brand awareness telepon seluler merek Oppo (Studi Pada Pekerja Kantoran Di Kota Mataram). *Jurnal Riset Manajemen*, 19(2), 86-97.
- Melanthio, Y& Papisolomou,I. (2012). Social Media: Marketing public relations' new best friend. *Journal of promotion Management*. 18(3). 319-328. Klik Media.
- Nova, S. P. (2018). Efektifitas komunikasi aplikasi telegram media informasi pegawai PT. Pos Indonesia (PERSERO) kota Pekanbaru. *JOM FISIP VOL.5*, 1-11.
- NetEntertainment News. (June. 13, 2017). Nicholas Saputra menjadi salah satu juri untuk film di Asia Tenggara[Video File]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=IXyHBIOMhqA>.
- Powers, T., Advincula, D., Austin M, Graiko S., & Snyder, J. 2012. Digital and social media in the purchase decision process. *Journal of Advertising Research*.
- Pasaribu Benny, Herawati et al (2022). Metodologi penelitian untuk ekonomi dan bisnis.
- Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., Martini, E., Susilowati, H., ... & Roslan, A. H. (2021). *Brand Marketing*. Penerbit Widina.
- Philip (2009), Manajemen pemasaran. Indeks, Jakarta
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi jenis-jenis bisnis e-commerce di Indonesia. *Neo-Bis*, 9(2), 32-40.
- Prasetio, A., & Purnamawati, E. D. (2023). The role of brand ambassador and electronic word of mouth towards purchase intention. *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)*, 14(1), 1-21.
- Rakhmat, J. 2005. Metode penelitian komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosadi. (2002). Manajemen *public relations* dan media Komunikasi: Konsepsi dan aplikasi, Jakarta: PT raja grafindo persada

- Robbins, Stephen P & Timothy A. Judge. 2008. *Perilaku organisasi organizational behavior*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rusli, R., Salasa, Y., & Hutabarat, R. D. (2021). Pengaruh brand ambassador dan word of mouth terhadap brand image produk fashion damn! I love Indonesia di kalangan mahasiswa Tangerang. *Commed Jurnal Komunikasi dan Media*, 6(1), 77-89.
- Rossiter, J. R., & Smidts, A. (2001). Presenter effects in advertising” the Viscap model. *E-European advances in consumer research*, 5.
- Rossiter, J.R., Percy, L., Bergkvist, L. (2018). *Marketing Communications: Objectives, Strategy; Tactics* Retrieved from https://books.google.co.id/books/about/Marketing_Communications.html?id=CxtnDwAAQBAJ&redir_esc=y
- Rossiter, J.R., & Percy, L. (1985). Advertising communication models. *NA-Advances in Consumer Research*. 12. 510-524. <http://www.acrwebsite.org/volumes/6443/volumes/v12/NA-12>
- Rendra, W., & Dimas, U (2023). Kepercayaan publik dalam iklan: Peran kunci publik figure. *Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal penelitian kajian ilmu sosial dan informasi* volume 9. No. 1. (2024), hlm 136-150.
- Royan, F. M. (2005). *Marketing celebrities*. Elex media komputindo.
- Ratna raissa, Renata., & Hakim, S. N. (2019). Pembentukan karakter melalui peran dalam teater (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah surakarta).
- Simmons, G. J. (2007). “i-branding”: Developing the internet as a branding tool. *Marketing Intelligence & Planning*, 25(6), 544-562.
- Safitri, N. (2020). *Endorsment* sebagai media pemasaran perpektif ekonomi islam (studi pada masyarakat kota Banda Aceh sebagai pengguna produk wardah kosmetik). Universitas islam negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Shimp, T. A. (2003). Advertising, promotion, and supplemental aspects of integrated marketing communications. Mason, Ohio: Thomson Southwestern. *Journal of Marketing Communications*, 10(4), 289-290
- Shimp, Terence. 2003. *Periklanan dan Promosi*. Jakarta : Erlangga.
- Singarimbun, M & amp; Effendi, s. (2016). *Metode penelitian survei*. LP3S.
- Suara.com (2021). 8 Film Indonesia dengan Pendapatan Tertinggi Sepanjang Tahun 2021. Retrieved From <https://www.suara.com/bisnis/2021/12/24/143511/8-film-indonesia-dengan-pendapatan-tertinggi-sepanjang-tahun-2021>

- Suara.com (2023). Jefri Nichol Sebut Nicholas Saputra Cowok Terganteng di Indonesia. Retrieved From <https://www.suara.com/entertainment/2023/11/19/223000/jefri-nichol-sebut-nicholas-saputra-cowok-terganteng-di-indonesia>.
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Gheta, A. P. K., ... & Ulfah, M. (2022). BOOK of BRAND MARKETING: THE ART OF BRANDING. Skintific.n.d. <https://skintific.com/>.
- Surabayatoday (2021). Industri Kosmetik Bakal Meroket di Pasar Dunia. Retrieved from <https://www.surabayatoday.id/2021/06/18/industri-kosmetik-bakal-meroket-di-pasar-dunia/>
- Todorova, G. (2015). Marketing communication mix. *Trakia Journal of Sciences*, Vol. 13, Suppl. 1,368-374.<http://tru.unisz.bg/tsj/Vol.%2013,%202015,%20Suppl.%201,%20Series%20Social%20Sciences/SF/SF/Predpriem.%20i%20biznes/G.Todorova.pdf>.
- Taluke, D., Lakat, R. S., & Sembel, A. (2019). Analisis preferensi masyarakat dalam pengelolaan ekosistem mangrove di pesisir pantai kecamatan Loloda kabupaten Halmahera Barat. *Spasial*, 6(2), 531-540.
- Tabloid Bintang. (2018). Nicholas Saputra Jadi Juri HOOQ Film Guild 2018. Retrieved from <https://www.tabloidbintang.com/foto/8322-nicholas-saputra-jadi-juri-hooq-filmmakers-guild-2018>
- Timpal, R. S., Massie, J., & Pandowo, M. (2022). The role of brand ambassadors on consumer purchase decision on Tokopedia marketplace. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 652-659.
- Wahyuni, S., Nuryuniarti, R., & Nurmahmudah, E. (2018). Mobile Partograf: Aplikasi untuk memantau kemajuan persalinan. *Jurnal Riset Kebidanan Indonesia ISSN*, 2(2), 75-80.
- We are Social.com, (2023). The changing world of digital in 2023. Retrieved from <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023-2/>
- Wahyudi. (2021). Penggunaan media sosial sebagai sarana gerakan sosial. Yogyakarta: Bildung. <https://en.id1lib.org/ireader/18333315>.
- Witi, F. L. (2021). *Membangun E-Commerce: Teori, strategi dan implementasi*. Amerta media.
- Wihayati, W. (2017). Marketing Celebrities Sebagai Strategi dalam iklan. *Jurna Signal*, 5(2).
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe penelitian deskripsi dalam ilmu komunikasi. *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 83-90.
- Zakiyyah, I., & Kurniawati, E. (2023). Peran brand ambassador boyband BTS pada iklan gofood

dalam membangun brand awareness. *Solusi*, 21(4), 803-810.

Zap Beauty Index (2023). Survey kecantikan. Retrieved from
https://zapclinic.com/files/ZAP_Beauty_Index_2023.pdf