

DAFTAR PUSTAKA

- Albar, K., Noviyanti, H., Puspita, D. , S., & Zakhroh, A. (2022). Pengaruh Iklan dan *Brand Image* MS. Glow Terhadap Minat Beli Konsumen. SAUJANA Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Syariah, 04(01), 1–12.
- Alma, B. (2013). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.
- Anindyanari, S. (2021, August). Marshel Widiyanto Dihina Warganet Karena Jadi *Brand Ambassador Skincare*. 25/08/2021. <https://heboh.com/marshel-widiyanto-dihina-warganet-karena-jadi-brand-ambassador-skincare>
- Anugerah, W. (2023, March). Perbedaan 4P dan 7P dalam Strategi Pemasaran. 31/03/2023. https://www.localstartupfest.id/faq/perbedaan-4p-dan-7p/#google_vignette
- Aqmarina, S. , Kumadji, S. , & Kusumawati, A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 39(2), 1–10. www.wardahbeauty.com
- Arti, D. M. , & Lili, A. Y. (2017). Pengaruh *Brand Ambassador* Dian Sastrowardoyo Terhadap *Brand Image* Produk Makeup L’Oreal Paris. *JRAMB, Prodi Akutansi, Fakultas Ekonomi, UMB Yogyakarta*, 3(1), 41–47.
- Ayu, D. , A. , P. (2012). Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas PT Pertamina (Persero) Enduro 4T di Makassar.
- Chrishanti, A. P. T. , & Gabriella, C. (2019). Faktor-faktor Iklan yang Dapat Menarik Penonton Untuk Menonton Iklan Skip-Ads di Youtube Sampai Selesai Claudy Gabriella. *Jurnal Akuntansi Maranatha*, 11(1), 98–114. <http://journal.maranatha.edu>

- Clara., Carharina. (2023). Branding dalam Perspektif Komunikasi Virtual (pp. 117–133). <https://www.researchgate.net/publication/375406185>
- Clara, Catharina. (2023a). *Celebrity Endorsements And Its Brand Love On Purchase Intention At E-Marketplace*. *Jurnal Manajemen*, 27(1), 41–61. <https://doi.org/10.24912/jm.v27i1.1078>
- Clara, Catharina. (2023b). Strategi Penetrasi Pasar *Digital* (pp. 117–133). https://www.researchgate.net/publication/374919718_Strategi_Penetrasi_Pasar_Digital.
- Compas.com. (2023). 10 Brand *Skincare* Lokal Terlaris di *Online Marketplace*. 2023. <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>
- Dahono, Y. (2021, September). Dua Tahun Beruntun MS Glow Raih Penghargaan “*Omni Brands of the Year.*” 10/09/2021. <https://www.beritasatu.com/news/825813/dua-tahun-beruntun-ms-glow-raih-penghargaan-omni-brands-of-the-year>
- Darwis, E. , G. (2017). Pengaruh *Brand Image* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Pada PT Hadzi Kalla Cabang Alauddin Makassar.
- Dessy, I. S. , Janah, Y. , & Putri, A. D. T. W. (2022). Pengaruh *Public Figure* Sebagai *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* MS Glow. *Jurnal Administrasi Binsis*, 2(1), 35–39.
- Dwita, A. S. , Hnafan, A. , & Haryanti, F. A. (2021). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Ambassador*, *Word Of Mouth* dan *Testimony In Social Media* terhadap Keputusan Pembelian. *DIALEKTIKA : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 6(1), 35–43. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v6i1.470>
- Eko, S. , & Jasman. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Realme di Kabupaten Ogan

- Komeing Ilir. *Journal of Islamic Economic and Banking*, 4(1), 41–59.
<http://journal.stebisdarussalamoki.ac.id/index.php/khozana>
- Firli, T. , M. M. Se. (2020). Bauran Pemasaran dalam Manajemen Pemasaran.
https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=7K19NewAAAAJ&citation_for_view=7K19NewAAAAJ:k_IJM867U9cC
- Gloria, W. S. , Massie, J. D. D. , & Soepono, D. (2019). Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel di Manado. *Jurnal EMBA*, 7(4), 3139–3148.
- Hadyan, R. (2020, November). Ini Rahasia Sukses Pemasaran Produk Kosmetik MS Glow. 12/11/2020.
<https://entrepreneur.bisnis.com/read/20200912/88/1290681/ini-rahasia-sukses-pemasaran-produk-kosmetik-ms-glow>
- Indah, D. U. , & Hidayah, N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlet. *Jurnal JUKIM (Jurnal Ilmiah Multidisiplin)*, 1(4), 102–111.
- Indriawati, A. , Mulyani, S. E. S. , & Imam, K. S. (2016). Pembelajaran Berbasis Masalah dengan Bahan Ajar Berorientasi Sumberdaya Perairan Terhadap Karakter Peduli Lingkungan dan Hasil Belajar Ipa. *Journal of Primary Education*, 5(2), 88–96.
<http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jpe>
- Kawilarang, C. G. , Tumbuan, W. J. F. A. , & Loindong S. S.R. (2022). Analisis Pengaruh *Celebrity Endorsement*, *Beauty Vlogger* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Skincare* Lokal Somethinc. *Jurnal EMBA*, 10(4), 770–779.

- Khotimatul, G. K. , & Oktafani, F. (2017). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dunkin'Donuts Bandung. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship* , 11(1), 29–36.
- Kompas.com. (2022). Terseret Kasus Dea OnlyFans, Marshel Widiyanto Kehilangan Beberapa Pekerjaan. 05/05/2022. <https://www.kompas.com/hype/read/2022/05/05/211826766/terseret-kasus-dea-onlyfans-marshel-widiyanto-kehilangan-beberapa-pekerjaan>
- Kotler, P. , & A. G. (2019). Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi 12 J).
- Kotler, P. , & Amstrong, G. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran (12th ed). . Erlangga.
- Kotler, P. , & Keller, K. L. (2012). Manajemen Pemasaran
- Kotler, P. , & Keller, K. L. (2013). *Marketing Management (13th ed.) (Pearson Education)*.
- Kurniasih, L., & Maulana, A. (2021). Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Brand Image* Terhadap *Impulse Buying* Pada Tokopedia Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pengguna Tokopedia Di Karawang). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 5(4), 2598–9944. <https://doi.org/10.36312/jisip.v5i4.2568>
- Latifa, A. S. , & Rizqi, M. (2022). Strategi Promosi dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Produk Bibir Wardah *Cosmetics* Melalui Konten Instagram *Reels Campus Ambassador* di Kalangan Mahasiswa. *COMSERVA Indonesian Journal of Community Services and Development*, 1(11), 970–982. <https://doi.org/10.36418/comserva.v1i11.145>
- Linansya, W. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Konsumen Produk MS Glow di Kabupaten Sragen.

- Liya, I. , Budiono, H. , & Karmila. (2021). Pengaruh *hallyu wave*, *brand ambassador*, *brand image* dan *wom* terhadap keputusan pembelian pada mie sedap *selection korean spicy chicken*. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(1), 11–26. <https://doi.org/10.24042/revenue.v2i1.7700>
- Mahyarni, Dr. (2018). *Theory of Reasoned Action dan Theory of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku)*.
- Musfar, T. , F. , S. M. M. (2020). Buku ajar manajemen pemasaran: Bauran pemasaran sebagai materi pokok dalam manajemen pemasaran. Media Sains Indonesia.
- Noviandi, F. (2021, August). Trending Twitter, Babe Cabita dan Marshel Widiyanto Mejeng di Times Square New York. 27/08/2021. <https://www.suara.com/entertainment/2021/08/27/212606/trending-twitter-babe-cabita-dan-marshel-widiyanto-mejeng-di-times-square-new-york>
- Nur, D. M. (2022, July). Tak Heran Kalah di Persidangan, MS Glow Ternyata Tak Terdaftar Sebagai Merek *Skincare*, Septia Siregar si Pemilik PS Glow: Merek Minuman. 19/07/2022. <https://sosok.grid.id/read/413383529/tak-heran-kalah-di-persidangan-ms-glow-ternyata-tak-terdaftar-sebagai-merek-skin-care-septia-siregar-si-pemilik-ps-glow-merek-minuman>
- Nurfitriyah, F. (2023). *Study Of The Impact Of Limestone Mining On Environmental Damage In Klapanunggal Village, Bogor Regency. In Geografika Journal (Geografi Lingkungan Lahan Basah)* (Vol. 4, Issue 1). <https://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/jgp/index>
- Nurhadi, M. (2021, August). MS Glow Raih Rekor MURI Penjualan Tertinggi, Owner Akui Sempat Gemetar Gegara Hal Ini. 25/08/2021. [https://www.suara.com/bisnis/2021/08/25/111448/ms-glow-raih-rekor-muri-penjualan-tertinggi-owner-akui-sempat-gemetaran-gegara-hal-ini?page=1%20%20\(MS%20GLOW%20RAIH%20REKOR%20MURI](https://www.suara.com/bisnis/2021/08/25/111448/ms-glow-raih-rekor-muri-penjualan-tertinggi-owner-akui-sempat-gemetaran-gegara-hal-ini?page=1%20%20(MS%20GLOW%20RAIH%20REKOR%20MURI)

- Ponto, C. R. I. , Kalangi, J. A. F. , & Aseloei, S. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Garnier Pada Mahasiswa S1 Universitas Sam Ratulangi. Productivity*, 4(5), 684–690.
- Pradhan, D. , D. I. , & S. D. (2016). *Celebrity endorsement: How celebrity–brand–user personality congruence affects brand attitude and purchase intention.*
- Puspa, R. S. , Surahman, A. , & Ayu, A. R. N. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perpindahan Merek Pelanggan Restoran Cepat Saji di Karawang Menggunakan Metode Markov Chains dan Game Theory. *JIEMS (Journal of Industrial Engineering and Management Systems)*, 12(1), 11–17. <https://doi.org/10.30813/jiems.v12i1.1532>
- Putri, P. A. , Saragih, R. , & Vuspa, S. E. (2023). Pengaruh *Brand Ambassador* Babe Cabita Dan Marshel Widiyanto Terhadap Minat Beli Produk Ms Glow For Men. In *JURNAL KAGANGA* (Vol. 7, Issue 1).
- Putri, R. Y. B. S. , & Yuliana, J. T. (2022). Analisis Pengaruh *Brand Image*, Harga, dan *Review Product* Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Wardah pada Mahasiswa Unai. *Intelektiva*, 3(8), 12–25.
- Rahmayanti, E. , Aryani, L. , & Gunaedi, J. , A. (2020). Analisis Keputusan Pembelian Produk Pakaian H&M di Pesona Square Depok. *PROSIDING BIEMA Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1, 1103–1115.
- Ramadhani, I. , & Samofa, P. , N. (2020). Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Fesyen Muslim Hijup. In *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/KNEMA/>
- Riskita, A. (2022). Inspiratif! Simak Perjalanan Bisnis *Skincare* MS Glow dan Strateginya. 13/07/2022. <https://store.sirclo.com/blog/skincare-ms-glow/>

- Riswanto. (2018). Tinjauan Pustaka, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.
- Rocha, P. I. , C. de O. J. H. , & G. J. D. M. E. (2020). *Marketing communications via celebrity endorsement: an integrative review*.
- Royan, F. M. (2005). *Marketing Celebrities: Selebriti Dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*.
<https://lib.ui.ac.id/detail.jsp?id=20233035>
- Sari, O. , H. (2021). Manajemen bisnis pemasaran. (Yayasan Kita Menulis).
- Septi, D. ,H. (2019). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspandari Asri Tanjungpinang. *Dimensi*, 8(1), 54–70.
- Setiadi, N. (2019). Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen. Edisi 3.
- Setiawan, A. (2016). Perilaku Konsumen dalam Pembelian Beras Organik Produksi Kabupaten Pringsewu.
- Shandy, B. (2018). Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *WOM* Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha. *Jurnal Digest Marketing*, 3(1), 7–14.
- Si Manis. (2023, September). Pengertian *Brand Ambassador*, Karakteristik, Tugas dan Manfaat *Brand Ambassador* (Duta Merek) Menurut Para Ahli Lengkap. 21/09/2023. <https://www.pelajaran.co.id/pengertian-brand-ambassador-karakteristik-tugas-dan-manfaat-brand-ambassador-duta-merek-menurut-para-ahli/>
- Sigar, D. , Soepeno, D. , & Tampenawas, J. (2021). Pengaruh *Brand Ambassador*, *Viral Marketing* dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsrat. *Jurnal EMBA*, 9(4), 841–850.

- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Edisi 1. .
- Sutrisno, A. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Perbankan Syariah.
- Taufiq, M. (2021, November). Kasus Pabrik Bodong Milik MS Glow *Group* dan Juragan99 Ngendon di Polres Pasuruan. 10/11/2021. <https://malang.suara.com/read/2021/11/10/191608/kasus-pabrik-bodong-milik-ms-glow-group-dan-juragan99-ngendon-di-polres-pasuruan>
- Techno Business Media. (2020, October). Potensi Pasar Kosmetik Indonesia. 30/10/2020. <https://technobusiness.id/insight/spire-insights/2020/10/30/spire-insight-potensi-pasar-kosmetik-indonesia/>
- Thidi. (2020). Berbagai Jenis Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan dan Pemasaran Produk. 04/11/2020. <https://thidiweb.com/bauran-promosi/>
- Winarno, A. D. , & Fitriyah. Z. (n.d.). *The Influence Of Brand Image And Brand Ambassador On Purchasing Decisions Of Garnier Facial Soap Among University Students In Surabaya*.
- Yunaida, E. (2017). Pengaruh *Brand Image* (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798–807.