

DAFTAR PUSTAKA

- Ahda, V. & M. and Sudarno (2018) "Pengaruh Kepatuhan Auditor Pada Kode Etik dan Etika Profesi Terhadap Kualitas Audit (Studi Empiris pada Kantor Akuntan Publik di DKI Jakarta)", *Diponegoro Journal of Accounting*, 7(4), pp. 1–11.
- Alwy, M. B. (2013) "Pengaruh Periklanan Televisi Terhadap Citra Merek Produk Kecap ABC Black Gold di Surabaya Selatan", *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(4), pp. 1199–1210.
- Anggraeni, E. D. (2020) "Pengaruh Advertising Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Pada Konsumen Produk Pembalut Charm Di Kota Depok", *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 3(3), pp. 419–433. doi: 10.31842/jurnalinobis.v3i3.148.
- Aulia, M. K. and Wardhana, A. (2018) "Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Pada Mamahke Jogja", *eProceedings of Management*, 5(2), pp. 2569–2576.
- Bastian, D. A. (2014) "Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia", *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), pp. 1–9.
- BPOM (2021) "*Cek Produk BPOM - BPOM RI, Badan Pengawas Obat dan Makanan RI*". Available at: <https://cekbpom.pom.go.id/> (Accessed: 10 April 2021).
- Dewi, M. I. A., Amin, M. and Mawardi, M. C. (2018) "Reaksi Investor Dalam Pasar Modal terhadap Peristiwa Aksi Bela Islam 4 November 2016 di Jakarta (Studi Event Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di LQ-45 Di Bursa Efek Indonesia)", *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi (E-JRA)*, 7(7), pp. 60–72.
- Djarmiko, M. S. M. & T. (2018) "Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Shampo Pantene Di Bandung", *eProceedings of Management*, 5(2), pp. 1797–1804.
- Gie, M. (2021a) "*About Us, madamegie.com*". Available at: <https://www.madamegie.com/about> (Accessed: 3 May 2021).
- Gie, M. (2021b) "*Home, madamegie.com*". Available at: <https://www.madamegie.com/> (Accessed: 3 May 2021).
- Gultom, S. B. and Sari, D. (2019) "Pengaruh Brand Ambassador Blackpink Terhadap Brand Image E-Commerce Shopee", *eProceedings of Management*, 6(2), pp. 4047–4053.
- Hariandja, F. W. & E. S. (2016) "The Influence of Brand Ambassador on Brand

- Image and Consumer Purchasing Decision: A Case of Tous Les Jours in Indonesia", *International Conference on Entrepreneurship (IConEnt-2016)*, pp. 292–306.
- Indrawati, D. (2015) "Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Zoya", *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 15(2), pp. 302–319. doi: 10.17970/jrem.15.150207.id.
- Indrawati, I. E. F. & (2020) "The Impact of Brand Ambassador on Brand Image and Consumers Purchasing Decision : A Case of BTS as Tokopedia`s Brand Ambassador", *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 9(6), pp. 1790–1793. doi: 10.21275/SR20628114516.
- Jelita, I. N. (2020) "*Kemenperin: Produk Kosmetik Meningkat 80% di Pasar Online*", *MediaIndonesia.com*. Available at: <https://mediaindonesia.com/ekonomi/363455/kemenperin-produk-kosmetik-meningkat-80-di-pasar-online> (Accessed: 9 April 2021).
- Kemenperin (2019) "*Kemenperin Optimistis Pertumbuhan Industri Kosmetik Sentuh 9 Persen*", *Kemenperin.go.id*. Available at: <https://kemenperin.go.id/artikel/20557/Kemenperin-Optimistis-Pertumbuhan-Industri-Kosmetik-Sentuh-9-Persen> (Accessed: 22 April 2021).
- Koirunnisaa, J. (2020) "*Shopee Jual 4.000 Produk Kecantikan Tiap Menit Saat Harbolnas*", *Detik.com*. Available at: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5295038/shopee-jual-4000-produk-kecantikan-tiap-menit-saat-harbolnas> (Accessed: 9 April 2021).
- Kunto, F. J. K. & Y. S. (2014) "Analisa Pengaruh Visibility, Credibility, Attraction, dan Power Celebrity Endorser Terhadap Brand Image Bedak Marcks Venus", *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), pp. 1–8.
- Lestari, H., Sunarti and Bafadhal, A. S. (2019) "Pengaruh brand ambassador dan korean wave terhadap citra merek serta dampaknya pada keputusan pembelian (Survei online pada konsumen Innisfree di Indonesia dan China)", *Jurnal Administrasi Bisnis*, 66(1), pp. 67–78.
- Mardiansyah, F. (2017) "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, Harga Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian", *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(12), pp. 1–21.
- Masyita, D. A. and Yuliati, A. L. (2017) "Pengaruh Brand Ambassador Dian Sastrowardoyo Terhadap Brand Image Produk Makeup L`oreal Paris (Studi Pada Konsumen L`oreal Kota Bandung)", *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana (JRAMB)*, 3(1), pp. 41–47. doi: 10.26486/jramb.v3i1.408.
- Murwatiningsih, M. & (2017) "Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui keunggulan Bersaing",

Management Analysis Journal, 6(4), pp. 495–505.

Prasetio, R. and Laturette, K. (2017) "Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian pada bisnis chepito tour & travel", *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(3), pp. 332–341.

Putra, M. I., Suharyono and Abdillah, Y. (2014) "Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada pengguna LINE di Asia)", *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(1), pp. 1–10.

Rahma, Y. & E. S. (2007) "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Telepon Seluler Merek Sony Ericson di Kota Semarang)", *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 6(3), pp. 261–276. doi: 10.14710/jspi.v6i3.261-276.

Sandra, S. and Setyabudi, D. (2020) "Hubungan Terpaan Iklan di Televisi dan Kapabilitas Brand Ambassador Dengan Minat Beli pada Produk Mie Sedaap", *ejournal undip: Interaksi Online*, 8(3), pp. 1–9.

Sinurat, E. S. M., Lumanauw, B. and Roring, F. (2017) "Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Suzuki Ertiga", *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (EMBA)*, 5(2), pp. 2230–2239.

Sterie, W. G., Massie, J. D. D. and Soepono, D. (2019) "Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado", *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(4), pp. 3139–3148. doi: 10.35794/emba.v7i3.24200.

Tarigan, M. (2020) "*Penjualan Produk Kecantikan di Tokopedia Naik Hampir 2 Kali Lipat - Cantik Tempo.co*", *Tempo.com*. Available at: <https://cantik.tempo.co/read/1415170/penjualan-produk-kecantikan-di-tokopedia-naik-hampir-2-kali-lipat> (Accessed: 10 April 2021).

Taufiqurrachman and Edwar, M. (2016) "Pengaruh Kualitas Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Torabika Creamy Latte (Studi Pada Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya)", *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 4(3), pp. 1–15.

Utomo, I. W. (2017) "Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda)", *Jurnal Komunikasi*, 8(1), pp. 76–84.

Venessa, I. and Arifin, Z. (2017) "Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan

2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-Bayar Simp", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 51(1), pp. 44–48.

Wafiy, H. A. and Nurfebiaraning, S. (2020) "Pengaruh Brand Ambassador Lucas Wayv Terhadap Brand Image", *eProceedings of Management*, 7(2), pp. 7295–7301.

Yuvita, H., & Z. W. and Sulastri (2019) "Pengaruh Brand Image dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Equity (Survei Terhadap Nasabah Bank BNI Syariah di Kota Palembang)", *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(3), pp. 431–446.