

DAFTAR PUSTAKA

- Ainiah, Ika Hartika, A. F. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Attitude dan Sertifikasi Halal Terhadap Brand Awareness Pada Produk HNI*.
- Andries, A. L. (2014). *The Influence of Korean Celebrity Endorsement and Youth Buying Behavior on Youth Apparel Purchase Decision in Manado*.
- Arcana, K. T. P. (2018). *Pengaruh Brand Image dan Brand Personality Terhadap Pembentukan Brand Awareness The Westin Resort Nusa Dua Bali*.
- Ariani, D. (2018). *Pengaruh Slogan dan Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness*.
- Bayunitri, B. I., & Putri, S. (2016). The Effectiveness of Visualization the Logo towards Brand Awareness (Customer Surveys on Product “Peter Says Denim”). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 219, 134–139. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.04.054>
- Caterine Efani Wijaya, Ni Luh Purnawan, A. D. P. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Awareness Tokopedia (Studi Pada Iklan Tokopedia feat BTS Pada Masyarakat Kota Denpasar)*.
- Compas. (2022). *Top 5 Brand Perawatan Wajah di E-commerce Indonesia dengan Penjualan di atas Rp 10 Miliar*. <https://compas.co.id/article/top-5-brand-perawatan-wajah/>
- Dr. M. Anang Firmansyah, SE, M. (2019a). *Buku Pemasaran Produk dan Merek. Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 336.
- Face, P., Scarlett, C., Adriani, D. R., & Nugrahani, R. U. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador Group Girl Twice Terhadap Brand Awareness*. 9(2), 1026–1030.
- Firdaus, J., & Hermawan, A. (2022a). *Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Purchase Intention melalui Brand Image dan Brand Awareness (Studi pada konsumen Scarlett Whitening Skincare)*. 2, 299–305.
- Hartono, D. I. (2019). *Brand Ambassador & Media Sosial*.
- Jin, D. Y. (2016). *New Korean Wave: transnational cultural power in the age of social media*.
- Kadek, I., Ida, U. N. B., & Lusua, H. H. T. (2022). Analisis Daya tarik brand ambassador song joong ki dan digital marketing dalam meningkatkan purchase intention dengan brand awareness sebagai variable intervening (studi kasus pada konsumen produk scarlett whitening di kota yogyakarta) *Ekonomi. Bisnis Dan Akuntansi*, 12(2), 88–109. <https://doi.org/10.24929/feb.v12i2.1652>
- Kotler & Armstrong. (2012). *Philip Kotler Gary Armstrong, Prinsip-prinsip Pemasaran edisi 12 jilid 1* (pp. 1–27).
- Lea-Greenwood, Loisa, & Padrianto. (2018). *Budiman*.
- Lestari, H. (2019). Pengaruh Brand Ambassador dan korean wave terhadap citra merek serta dampaknya pada keputusan pembelian. *Administrasi Bisnis*, 66(1).
- Lestari, P. O. & R. (2017). *Pengaruh Celebrity Endorser, Tagline Dan Citra Merek Terhadap Kesadaran Merek Konsumen Facial Foam Pond's Di SMK AL-Makmur Ciganjur*

Jakarta Selatan.

- Martaputri, F. H., Cecep Safa'atul Barkah, Iwan Sukoco, & Lina Auliana. (2022). Peran Brand Ambassador Dalam Pembentukan Brand Awareness (Studi Kasus Girl Group Twice Sebagai Brand Ambassador Merek Perawatan Wajah Scarlett Whitening). *KALBISOCIO Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 9(2), 47–54. <https://doi.org/10.53008/kalbisocio.v9i2.287>
- Martini, A. N. I. & N. (2021). *A Brand Ambassadors for Purchasing Decision Medhieal Sheet Mak Users in Karawang*.
- Mayasari, I., Paramadina, U., Wijanarko, A. A., Paramadina, U., Wiadi, I., Paramadina, U., Kurniaty, D., & Paramadina, U. (2020). *Branding: Konsep dan Studi Merek Lokal* (Issue June 2021).
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>
- Nathania, L., Tjahjo, J. D. W., & Goenawan, F. (2020). Pengaruh Penggunaan Lucas 'WayV' sebagai Celebrity Endorser terhadap Brand Awareness Neo Coffee pada Generasi Milenial Pengguna YouTube. *Jurnal E-Komunikasi*. <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/11076>
- Pudjibudojo, C. V. & J. K. K. (2022). *Korean Wave Fenomena Budaya Pop Korea pada Remaja Milenial di Indonesia*.
- Rahmadani, A., & Anggarini, Y. (2021). Pengaruh Korean Wave dan Brand Ambassador pada Pengambilan Keputusan Konsumen. *Telaah Bisnis*, 22(1), 59. <https://doi.org/10.35917/tb.v22i1.225>
- Saputri, D., Mulyatini, N., & Basari, A. (2020). Pengaruh Tagline Dan Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness. *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 2(4), 82. <https://jurnal.unigal.ac.id>
- Srihartati, E. (2018). *PENGARUH KOREAN WAVE DAN COUNTRY OF ORIGIN TERHADAP BRAND AWARENESS DAN BRAND*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*.
- Wang, F. (2016). *The Influence of Brand Ambassador On Brand Image and Consumer Purchasing Decision: A Case of Tous Les Jours in Indonesia*.
- Wardhana, A. (2022). *Brand Marketing : The Art Of Branding*.
- Wijaya, E. C., Purnawan, R. N. L., & Pradipta, D. A. (2021). Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Awareness Tokopedia (Studi Pada Iklan Tokopedia feat BTS Pada Masyarakat Kota Denpasar). *E-Jurnal Medium*, 3(1), 193–199.