

DAFTAR PUSTAKA

- Alyusi, S. D. (2016). *Media Sosial: Interaksi, Identitas, dan Modal Sosial*. Prenadamedia Group. <https://doi.org/978-602-422-001-3>
- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian Sebagai Suatu Pendekatan Praktik*. PT.Rineka Cipta., 4–11.
- Bunyamin, I. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador Dinda Hauw Terhadap Loyalitas Pelanggan Brand Wardah di Jabodetabek* [Universitas Multimedia Nusantara]. <http://kc.umn.ac.id/id/eprint/19931>
- CNN Indonesia. (2022). *Indonesia Jadi Negara dengan K-Poper Terbesar di Twitter*. <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20220126202028-227-751687/indonesia-jadi-negara-dengan-k-poper-terbesar-di-twitter>
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Handoyo, N. A. (2020). *Pengaruh Kredibilitas BTS Sebagai Brand Ambassador Terhadap Brand Image Tokopedia* [Universitas Multimedia Nusantara]. <https://doi.org/https://kc.umn.ac.id/id/eprint/14573>
- Joan, V. (2021). *Produk Kecantikan Tembus Transaksi 20 Miliar, Brand Lokal Terfavorit*. Kompas.Co.Id. <https://kompas.co.id/article/penjualan-produk-kecantikan/>
- Kemenperin. (2020). *Kemenperin: Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik*. *Kementerian Perindustrian Republik Indonesia*.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan*. In *Media, Branding, Anggaan* (Jakarta: PT Raja Grafindo
- Lorensa, R. (2020). *Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador Siwon Choi Terhadap Brand Image Mie Sedaap* [Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta]. <http://repository.upnvj.ac.id/id/eprint/7368>
- Manikallo, A. (2016). *Female Daily, Forum Wanita Terbesar di Indonesia*. <https://ilovelife.co.id/blog/kisah-sukses-hanifa-ambadar-dan-affi-asegaf-membawa-female-daily-menjadi-forum-wanita-terbesar-di-indonesia/>
- Mulyana, D. (2019). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Mutiara, A. (2022). *Efektivitas Penggunaan Brand Ambassador Korea bagi Brand Skincare Lokal di Kalangan Masyarakat*. <https://mahasiswaindonesia.id/efektivitas-penggunaan-brand-ambassador-korea-bagi-brand-skincare-lokal-di-kalangan-masyarakat/>

- Novia Safitri. (2022). Kolaborasi Scarlett Whitening dan Song Joong-Ki sebagai Brand Ambassador. *Kompasiana.Com*.
- Prasetyo, B. D., Febriani, N. S., Dewi, W. W. A., Tamitiadini, D., Destrity, N. A., Avina, D. A. A., & Illahi, A. K. (2018). *Komunikasi pemasaran terpadu: pendekatan tradisional hingga era media baru* (Vol. 1). books.google.com.
- Pratiwi, S. R. (2021). *Brand Skincare Scarlett Gandeng Girlband Twice Jadi Star Ambassador*. Kompas.Com. <https://lifestyle.kompas.com/read/2021/10/16/152300420/brand-skincare-scarlett-gandeng-girlband-twice-jadi-star-ambassador?page=all>
- Priansa, D. J. (2020). *PERILAKU KONSUMEN DALAM PERSAINGAN BISNIS KONTEMPORER*.
- Puteri, H. A. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador Transgression terhadap Brand Image Biore: Studi Kasus Instagram Story Adhisty Zara dan Pengaruhnya terhadap Citra Merek*. kc.umh.ac.id. <http://kc.umh.ac.id/16080/>
- Rakhmat, J., & Ibrahim, S. (2016). *Metode Penelitian Komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Rismawaty, Surya, D. E., & P., S. J. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi (Welcome To The World of Communications)*. Rekayasa Sains.
- Roudhonah. (2019). *Ilmu Komunikasi*. RajaGrafindo Persada. <https://doi.org/978-602-425-456-8>
- Ruslan, R. (2019). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. RajaGrafindo Persada.
- Scarlett Whitening. (2021). *Scarlett Whitening - See The Beauty In Everyday Things*. <https://scarlettwhitening.com/>
- Soemanagara. (2012). *Strategic Marketing Communication*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Vardiansyah, D. (2008). *Filsafat Ilmu Komunikasi*. PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Winata, H. (2021). *Kredibilitas Celebrity Endorser Pada Media Instagram Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening Di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia*. Universitas Komputer Indonesia.

- Winoto, Y. (2015). Penerapan Teori Kredibilitas Sumber (Source of Credibility) Dalam Penelitian-penelitian Layanan Perpustakaan. *Journal of Library and Information Science*, 5(2), 1–14.
<https://ejournal.upi.edu/index.php/edulib/article/view/4393/3101>
- www.compas.co.id. (2021). 10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace. <https://Compas.Co.Id/Article/Brand-Skincare-Lokal-Terlaris/>, 1.
- Yunus, U. (2019). *Digital Branding Teori dan Praktik* (N. S. Nurbaya (ed.)). Simbiosis Rekatama Media.