

DAFTAR RUJUKAN

- Amalia Probosini, Dewi, Nurdin Hidayat, and Muhammad Yusuf. "Pengaruh Promosi Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Market Place X Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan* 2, no. 2 (2021): 445–58.
- Anandyara, Savira, and Bambang Eko Samiono. "Analisis Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Purchase Intention Melalui E-Trust, E-WOM, Brand Awareness Dan Attitude Towards Advertisment Pada E-Commerce Lazada." *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial* 3, no. 3 (2022): 113. <https://doi.org/10.36722/jaiss.v3i3.1230>.
- Anggraini, Ratih, and Sumiati Sumiati. "Analisis Pengaruh Faktor Brand Image, Food Quality, Price Dan E-Wom Terhadap Repurchase Intention Pada Oleh-Oleh Khas Kota Batam." *Jesya* 5, no. 2 (2022): 1214–26. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.715>.
- Apriani, Serli, and Khairul Bahrin. "Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Maybelline." *Manajemen Modal Insani Dan Bisnis* 4, no. 1 (2021): 14-. <https://doi.org/10.53990/develop.v4i1.195>.
- Ardianto, Yuli, Supriadi Thalib, and Dian Riskarini. "Analisis Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Dilihat Dari Experiential Marketing Dan Servicescape." *JRB-Jurnal Riset Bisnis* 4, no. 2 (2021): 155–72. <https://doi.org/10.35814/jrb.v4i2.1724>.
- Arikunto, S. 2002. *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*.
- Arumsari, Ria, and Maya Ariyanti. "The Effect of Electronic Word of Mouth, Brand Image, Customer Trust and Customer Satisfaction towards Repurchase Intention at PT. GO-JEK Indonesia." *International Journal of Science and Research (IJSR)* 6, no. 7 (2017): 1732–37. <https://doi.org/10.21275/art20175247>.
- Artini, Ketut Ria, Ni Luh, and Wayan Sayang. "Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Diskon Terhadap Pembelian Implusif Pada Pengguna Marketplace Shopee Mahasiswa Prodi Manajemen Undiksha" 6, no. 2 (2024): 217–25.
- Atisa, Dyah (2023) *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Scarlett Whitening (Studi Pada Mahasiswa di STIE PGRI Dewantara)*. Thesisi. Jombang: STIE PGRI Dewantara Jombang.

- Cung, Friesca Gracia, Rita Setianingsih, and Liaw Bunfa. "Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Kepuasan Terhadap Niat Beli Ulang Pelanggan Shopee." *Jurnal Manajemen* 12, no. 2 (2023): 52–67. <https://doi.org/10.46806/jm.v12i2.979>.
- Databoks. 2022. "Makin Meroket, Pendapatan Produk Kecantikan dan Perawatan Diri di RI Capai Rp111,83 Triliun pada 2022" Tersedia pada <https://databoks.katadata.co.id/produkkonsumen/statistik/66ea42a1ae6c6/makin-meroket-pendapatan-produk-kecantikan-dan-perawatan-diri-di-ri-capai-rp11183-triliun-pada-2022> (diakses 12 April 2024).
- Dewi, M.S.P, and Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Make Up Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha)." *Manajemen* 10, no. 1 (2024): 92–100.
- Dirin, Y. Y. "No TitlePengaruh Kualitas Produk Melalui, Terhadap Minat Beli Ulang Excelsa, Kepuasan Konsumen Kopi Jegidik, (Coffea Liberica Var. Dewevrei) Pada, Wonosalam (Studi Kasus Liberica, Konsumen Kopi Excelsa (Coffea Makan, Var. Dewevrei) Jegidik Di Rumah 2019)." *Manajemen*, 2020. <http://repository.stiedewantara.ac.id/id%0A/eprint/1219>.
- Fariha, Afina Faza. "Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Repurchase Intention Yang Dimediasi Oleh Brand Awareness Shopee Indonesia (Studi Pada Pengguna Shopee Di Universitas Brawijaya." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 7, no. 2 (2019): 18–35.
- Fatihah, Aulia Nur, and Edy Purwo Saputro. "Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Nature Republic," 2024, 1–23.
- Fathia. "Pengaruh Popularitas Nct Dream Sebagai Brand Ambassador Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Mie Lemonilo (Studi Pada Masyarakat Di Kota Bandung)." *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 5, no. 9 (2022): 3701–8. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i9.855>.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis Dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, Dr. M. Anang , SE., MM. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek. Buku Pemasaran Produk Dan Merek*, 2019.

- Fitria Halistianti, Friska, and A.A.Hafidh Nurmansyah. "Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Minat Beli Ulang Yang Dimediasi Oleh Brand Image Pada Produk Bedak Padat Maybelline Di Kota Bandung." *Jurnal Syntax Admiration* 5, no. 1 (2024): 37–48.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2017. *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM Edisi 7*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2020. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Goyette, I., L. Ricard, J. Bergeron, and F. Marticotte. "E-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for E-Services Context." *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne Des Sciences de l'Administration* 27, no. 1 (2010): 5–23. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/cjas.129>.
- Haqiqi, Yuda Sari, Kristian Suhartadi Widi Nugraha, Ketut Indraningrat, and Nyoman Gede Krishnabudi. "Can E-WoM, Servicescape and Brand Familiarity Influence Consumer Repurchase Interest?" *Asia Pacific Journal of Business Economics and Technology* 2, no. 04 (2022): 98–110. <http://www.apjbet.com/index.php/apjbet/article/view/76>.
- Hasniati, Hasniati, Dewi Pratiwi Indriasar, and Arief Sirajuddin. "Pengaruh Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Produk Online Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variable Intervening." *Management and Accounting Research Statistics* 1, no. 2 (2021): 11–23. <https://doi.org/10.59583/mars.v1i2.10>.
- Hendayana, Yayan, and Ni'matul Afifah. "Pengaruh Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Belanja Online Melalui Marketplace Tokopedia." *Kinerja* 3, no. 1 (2021): 32–46. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v3i1.1285>.
- Hovland, C., Janis, I., & Kelley, H. (1953). *Communication and persuasion*. New Haven, GT: Yale University Press.

- Hidajat, Koerniawan, and Widia Damayanti. "Pengaruh E-Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Produk Fashion Dimediasi Oleh Electronic Word Of Mouth (E-WOM)." *MBR (Management and Business Review)* 6, no. 2 (2022): 168–77. <https://doi.org/10.21067/mbr.v6i2.7454>.
- Hutatean, Sarah L. "Pengaruh Brand Ambassador Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Kembali Produk Mie Siap Saji Korean Spicy Di Kota Medan." *Marketing*, no. 2023 (2023). <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/23790/4/Chapter I.pdf>.
- Ismagilova, E., Slade, E. L., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. "The Effect of Electronic Word of Mouth Communications on Intention to Buy: A Meta-Analysis." *Formation Systems Frontiers*, no. 22 (2020): 1203–1226. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s10796-019-09924-y>.
- James W, Elston D, Treat J et al. "Pengaruh Harga, Kepercayaan Dan E-Wom Terhadap Minat Beli Ulang Permasi Textile Banda Aceh." *Mualidi, Syahrul Marlizar Rizky, Al Mahfud* 4, no. December (2023): 99–108.
- Kamilla, Wandha Fatharany, and Dinda Kayani Putri Bestari. "Pengaruh Popularitas Nct Dream Sebagai Brand Ambassador Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Mie Lemonilo (Studi Pada Masyarakat Di Kota Bandung)." *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 5, no. 9 (2022): 3701–8. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i9.855>.
- Kotler, P. and Keller, K. 2010. *Manajemen Pemasaran*. 13th ed. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L., 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, P., dkk. 2015. *Marketing Management*. PrenticeHall.
- Kotler, Philip dan Gery Amstrong. 2018. *Principles of Marketing*. New York: McGraw Hill.
- Kotler, Philip. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Airlangga.
- Lailiya, N. (2020). "Pengaruh Brand Ambassador dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia". *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 113–126.
- Lea Greenwood, G. (2012). *Fashion marketing communications*. Fashion marketing communications | WorldCat.org.

- Lestari, Indah. 2020. Pengaruh *Brand Ambassador*, Label Halal Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Ulang Produk Wardah Di Semarang (Study Pada: Masyarakat pengguna wardah di Kecamatan Pedurungan). Skripsi. Semarang: Perpustakaan Universitas Semarang.
- Mahendra, A R, and Mugiono. “Pengaruh E-Service Quality, E-Word of Mouth, Dan E-Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Pengguna E-Commerce.” *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku* 01, no. 4 (2022): 476–86.
<https://jmppk.ub.ac.id/index.php/jmppk/article/view/13%0Ahttps://jmppk.ub.ac.id/index.php/jmppk/article/download/13/59>.
- Matute, Jorge, Yolanda Polo-Redondo, and Ana Utrillas. “The Influence of EWOM Characteristics on Online Repurchase Intention: Mediating Roles of Trust and Perceived Usefulness.” *Online Information Review* 40, no. 7 (2016): 1090–1110. <https://doi.org/10.1108/OIR-11-2015-0373>.
- Maulidi, Syahrul, Mahfud Al Rizky, and Marlizar. “Pengaruh Harga, Kepercayaan Dan E-Wom Terhadap Minat Beli Ulang Permasi Textile Banda Aceh.” *JIMEBIS* 4, no. December (2023): 99–108.
- Megasari, Kadek Natalia, Ni Luh, and Wayan Sayang. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Oleh Beauty Vlogger Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli” 5, no. 2 (2023): 334–44.
- Muchlis, Gatot Wijayanto, and Sri Endang Komita. “Pengaruh E-Satisfaction Dan E-Trust Terhadap Repurchase Intention Melalui E-Word of Mouth (E-Wom) Sebagai Variabel Intervening E-Commerce Buka Lapak Pada Generasi Millenial.” *Jurnal Ekonomi KIAT* 32, no. 1 (2021): 18–29.
[https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32\(1\).7404](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(1).7404).
- Murniasih, Ni Nyoman, Ni Luh, and Wayan Sayang. “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Pada Minat Beli Ulang Produk Skincare MS Glow Di Singaraja.” *Manajemen Dan Bisnis* 5, no. 1 (2023): 140–48.
- Mutia, Annisa. *Makin Meroket, Pendapatan Produk Kecantikan dan Perawatan Diri di RI Capai Rp111,83 Triliun pada 2022* (2022).
- Naomi, L.S.L, and Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi. “Pengaruh E-Wom Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Davina Di Desa Sumberkima.” *Manajemen Dan Bisnis* 5, no. 3 (2003): 403–11.

- Pandelaki, Brigitta Keysia Mauren, Silvya L. Mandey, and Michael Ch. Raintung. "Pengaruh Electronic Word of Mouth, Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Di R-ZONE Cafe Langowan." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 11, no. 1 (2023): 312–232. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.45878>.
- Pangaribuan, Christian Haposan, Putri Paulina, and Dairion Thahar. "Brand Loyalty and Repurchase Intention of a Coffee Brand: The Roles of Sensory Attributes, Functional Benefit, and Brand Ambassador." *International Journal of Social Science and Business* 4, no. 4 (2020): 475–81. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v4i4.28156>.
- Priyatna, Eka Hendra, and Fauziah Agisty. "Pengaruh E-Service Quality Dan E-Word of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Pada E-Commerce Sociolla." *Dynamic Management Journal* 7, no. 1 (2023): 104. <https://doi.org/10.31000/dmj.v7i1.7588>.
- Putri, Anisha Saktian. 2021. "Magnificent Most Wanted Beauty - Maybelline: Brand Kosmetik Nomer Satu Di Dunia Hadir Di 120 Negara dengan Makeup Berteknologi Tinggi" Tersedia pada Fimela.com - <https://www.fimela.com/beauty/read/4706043/magnificent-most-wanted-beauty-maybelline-brand-kosmetik-nomer-satu-di-dunia-hadir-di-120-negara-dengan-makeup-berteknologi-tinggi> (diakses tanggal 12 Oktober 2024).
- Putri, D. F., and S Sumaryono. "Peran Persepsi Terhadap Electronic Service Quality Dan Electronic Word-Of Mouth (E-Wom) Terhadap Intensi Pembelian Ulang Melalui E-Commerce." *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan* 9, no. 2 (2022): 164–171. <https://doi.org/https://doi.org/10.22219/jipt.v9i2.12933>.
- Riandari, Patricia D. "Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Pada Marketplace Shopee." *Jurnal Nuansa : Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah* 1, no. 3 (2023): 1–16. <https://doi.org/10.61132/nuansa.v1i2>.
- Robby Fauji, Laras Ratu Khalida, and Syifa Pramudita Faddila. "Analisis Komparatif Brand Ambassador" Korean Wave" Antara E-Commerce Luar Negeri Dan E-Commerce Dalam Negeri (Studi Antara Shopee"Blackpink" Dan Tokopedia"Bts")." *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif* 7, no. 2 (2022): 56–74. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v7i2.2284>.
- Royan, Frans. 2004. *Marketing Celebrities*. Jakarta, PT. Elex Media Komputindo.

- Schiffman & Kanuk. (2017). *Perilaku Konsumen*, Terjemahan S Wigiono. Jakarta: Indeks.
- Singgih, Mohamad, Ratih Agustin Rachmaningrum, Suatmo Pantja Putra, and Febriani Wunga. "The Influence Of Brand Ambassador And Sales Promotion On Online Repurchase Intention (Case Study On Tokopedia E-Commerce)." *International Journal of Science, Technology & Management* 5, no. 1 (2024): 220–28. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v5i1.1047>.
- Siskhawati, L, and H Atman Maulana. "The Influence of Brand Ambassador and Korean Wave on Purchase Decision for Neo Coffe Products." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, no. 24 (n.d.): 1–7.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutandi, Sania, and Sisca Aulia. "Analisis Brand Ambassador Jerome Polin Pada Brand Menantea." *Prologia* 7, no. 1 (2023): 81–87. <https://doi.org/10.24912/pr.v7i1.15812>.
- Syafri, Yolanda, and Dwi Pratiwi Wulandari. "Pengaruh Service Performance Terhadap Repurchase Intention Di The Axana Hotel Padang." *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata* 6, no. 2 (2023): 662–69. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.67104>.
- Waluyo, Dwitri. 2023. "Fenomena Cantik Industri Kosmetik". Tersedia pada <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/7804/fenomena-cantik-industri-kosmetik?lang=1?lang=1> (diakses tanggal 20 April 2024).
- Wibowo, Rasyida Alya. "Pengaruh E-Word Of Mouth, Dan E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening." *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam* VIII, no. I (2023): 1–19.
- Wijayanti, Sekar, Sudharto P Hadi, and Sari Listyorini. "Pengaruh NCT 127 Sebagai Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 12, no. 1 (2023): 236–45. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>.

Yulianti, Amalia, and Robertus Basiya. "The Influence of Brand Ambassador and Discount Price on Repurchase Interest Mediated By Fashion Product Consumer Satisfaction on E-Commerce Shopee in Semarang Pengaruh Brand Ambassador Dan Discount Price Terhadap Minat Beli Ulang Dimediasi Kepuasan Konsum." *Bisnis, Ekonomi Stikubank Semarang, Universitas 7* (2024).

Zhao, Yang, Lin Wang, Huijie Tang, and Yaming Zhang. "Electronic Word-of-Mouth and Consumer Purchase Intentions in Social E-Commerce." *Electronic Commerce Research and Applications* 41, no. February (2020): 100980. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2020.100980>.

