

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, IM, Widiasmara, H., & Fajirul Ulum, MS (2021). Representasi Kulit Putih Perempuan dalam Iklan (2), 63–71.
- Alifia, S. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Song Joong Ki terhadap Brand Image Scarlett Whitening. (Skripsi, Sarjana Universitas Telkom Bandung).
- Amir Purba, d. (2006). Pengantar Ilmu Komunikasi. Medan: Pustaka Bangsa Pers
- Shimp, T. (2010). Advertising, Promotion, & Other Aspects of Integrated Marketing Communication. United States: Cengage Learning.
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel. Jakarta: Media Kita
- Belch. George E. Belch Michael A. 2012. Advertising and Promotion An Integrated Marketing Communication Perspective. 9th Edition. New York: McGraw Hill
- Chaffey (2008). E-Marketing Excellence Planning and Optimizing Your Digital Marketing. Butterworth: 3rd Edition.
- CNN Indonesia, Rating Reborn Rich Masih Meroket, Hampir Tembus 25 Persen, Dec. 19, 2022. (Diakses 27 November 2023). <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20221219084027-220-889113/rating-reborn-rich-masih-meroket-hampir-tembus-25-persen>
- Crismoni, A. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Instagram Maternal Disaster. Skripsi thesis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Data Indonesia. Oct 18, 2023. (Diakses 27 November 2023). Monavia Ayu Rizaty. 2023. Pengguna Instagram di RI Sebanyak 111,19 Juta per September 2023. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-instagram-di-ri-sebanyak-11119-juta-per-september-2023>
- Duncan, T. (2005). Principles of advertising & IMC. McGraw-Hill/Irwin.
- Doni Dirgantara Asikin, SIP, MM (2023). Manfaat Instagram sebagai media promosi produk Scarlett Whitening. PEKERJAAN, 2(1), 87-92.
- Ernesta, M., Riadi, R. F., & Azzahra, A. R. (2004). Fenomena Brand Ambassador Korea Selatan Bagi Brand Image Produk Calvin Klein. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akutansi (JIMEA)*, 1(2), 87-93.
- Firmansyah, m. Anang (2019) pemasaran produk dan merek (planning & strategy).surabaya: cv. Penerbit qiara media

- Griffin, (2010). *A First Look at Communication Theory*. 8th edition. Boston: McGraw Hill. Bungin.
- Helianthusonfri, J. (2020). *Instagram Marketing Untuk Pemula*. Elex Media Komputindo.
- Huriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta
- Jarman, HK, McLean, SA, Slater, A., Marques, MD, & Paxton, SJ (2021). Hubungan langsung dan tidak langsung antara penggunaan media sosial dan kepuasan tubuh: Sebuah studi prospektif di kalangan remaja laki-laki dan perempuan. *Media dan Masyarakat Baru*, 1–35.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principle of Marketing* (G. Edition (ed.); 14 Edition)
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 dan 13 Jilid 1 dan 2, Jakarta :PT. Indeks Indonesia.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. Edisi kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2007. *Marketing Management*. Global Edition. New Jersey: Pearson Education.
- Leyrer-Jackson, J. M., & Wilson, A. K. (2018). The Associations Between Social-Media Use And Academic Performance Among Undergraduate Students In Biology. *Journal Of Biological Education*, 52(2), 221-230.
- M. Firmansyah, (2020). *Komunikasi Pemasaran* (Tim Qiara Media (Ed.). Qiara Media
- Moleong, Lexy J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nursatyo, N., & Rosliani, D. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Situs*
- Shanker, R. (2002). *Services Marketing*. Excel Books India, New Dekhi. ISBN: 978-8174462671
- Sari, I.P., Medyani, T.S. (2018). Harga dan Physical Evidence Terhadap Keputusan Pelanggan Warung Upnormal. *Jurnal Sosio E-Kons*, 10(2), 115-120
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan*, Cetakan Kelima belas, Alfabeta, Bandung
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung
- Syah, Muhibbin. 2010. *Psikologi Pendidikan Dengan Pendekatan Baru*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Ri'aeni, I. (2019). Pengaruh budaya korea (K-Pop) terhadap remaja di Kota Cirebon. *Communications*, 1(1), 1-25.
- Royan, Frans M. 2004. *Marketing Celebrities*. Jakarta PT Elex Media Komputindo.

- Slamet, R., Gata, W., Novtariany, A., Hilyati, K., & Jariyah, F. A. (2002). Analisis Sentimen Twitter terhadap penggunaan artis Korea Selatan sebagai brand ambassador produk kecantikan local. *INTECOMS: Journal of Information Technology and Computer Science*, 5(1), 145-153.
- Setyaningsih, I., & Palupi, P. (2022). Beauty Representation in Scarlett Whitening Advertisement: Roland Barthes' Semiotic Analysis. *Proceeding Iseth (International Summit On Science, Technology, And Humanity)*, 456-467.
- Srihartati, E. dan Abdillah, Y. 2018. Pengaruh Korean Wave Dan Country Of Origin Terhadap Brand Awareness Dan Brand Image Kosmetik Korea. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol.10.
- Soehandoko, Jessica Gabriela. (2022, 27 April). Profil Bisnis Scarlett Whitening. (Diakses 25 November 2023).
- Joan Valerie. 2022. Penguasa Brand Produk Kecantikan. *Compas.co.id* <https://compas.co.id/article/penjualan-produk-kecantikan/>
- Virginia, L. S. W. (2020). ANALISIS AISAS MODEL TERHADAP- BTS EFFECT “SEBAGAI BRAND AMBASSADOR DAN INFLUENCER.” *Journal Komunikasi*, 11(2).
- Yusanta, D. A. (2019). Fluiditas Maskulinitas dan Feminitas dalam Boyband K-Pop sebagai Produk Industri Budaya. *Kafaah: Journal of Gender Studies*, 9(2), 205-212.