

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, A. C. (2019). Karakteristik dan Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian kembali produk melalui E-Commerce. *Jurnal Balance*, 25.
- Agustin, H. (2022). Pengaruh Penanganan Keluhan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas (Literature Review manajemen Pemasaran). *Jurnal manajemen dan pemasaran digital*, 18.
- Anisha ferdiana fasha, M. R. (2022). determinasi keputusan pembelian melalui minat beli: Brand Ambassador dan brand image . *jurnal manajemen pendidikan*, 33.
- Ardha Bagus Indarto, H. W. (2022). REPRESENTASI HEGEMONI LAKI LKAI TERHADAP PEREMPUAN DALAM IKLAN TEH SARI WANGI . *JURNAL AUDIENS*, 151.
- Ardiansah, P. M. (2019). Kemanfaatan Instagram Dalam Pembentukan Citra Diri Remaja Wanita di Makassar . *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2.
- BRESTILLIANI, L. (2020). PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND AMBASSADOR, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA MARKETPLACE SHOPEE. *JURNAL ILMU DAN RISET MANAJEMEN* , 4-5.
- CHAIRUNNISA NURUL MAULIDA, A. D. (2021). PENGARUH K-POP BRAND AMBASSADOR TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN. *JOURNAL KINESTIK*, 140.
- Dr. Asir Muhammad, S. (2024). *Psikologi Konsumen Teori dan Aplikasi*. Bandung : Widina Media Utama.
- Fauziah Nurul Sabila, B. S. (2022). Youtube Advertisement sebagai implementasi komunikasi bisnis pada produk skincare lokal. *Jurnal Scriptura*, 82.
- Fauziah Nurul Sabila, B. S. (2022). Youtube Advertisement sebagai implementasi komunikasi bisnis pada produk skincare lokal. *Jurnal Scriptura*, 82.
- Ghozi Daffa Satria, F. J. (2022). Representasi kecantikan perempuan dalam iklan garnier sakura white dan wardah white secret. *Jurnal Komunikasi dan teknologi informasi*, 97.
- Hari, M. (2020). Pengaruh iklan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian studi kasus pada CV cemilan kunik garut. *Ekonomi dan Bisnis*, 32.
- Komalawati Euis, R. S. (2020). Penggunaan instagram terhadap Citra Diri Mahasiswa. *Jurnal Lugas*, 107.

- Marthalena Yenny, R. R. (2023). Hubungan Perilaku Konsumen dan Pengambilan Keputusan dengan Pembelian Produk Skincare Marwah Pada Toko Helviah GadingRejo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 100.
- Nirwana Anas, S. (2021). Komunikasi antara Kognitif dan Kemampuan Berbahasa. *Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia*, 3.
- Nursafitri Nilam, P. B. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Park Hyung Sik terhadap brand image Avoskin. *Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 675.
- Putri Nabila Rima, S. R. (2024). Citra Diri Mahasiswi Pendidikan Sosiologi Untirta Dalam Penggunaan Produk Skincare. *Edusociata Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 612.
- Rahmah Siti, A. G. (2024). Hubungan Citra Diri (Self Image) Dengan Konformitas Pada Perempuan Merokok yang Berjilbab. *Inovasi dan Kesehatan*, 66.
- Rimbardi Athalla Naufal Rafi, R. L. (2022). Representasi Wajah Perempuan ideal dalam iklan Garnier Edisi " Wajah Bersih Tanpa jerawat). *Jurnal audiens*, 56-26.
- Septiawan Dwi Cahyono, M. M. (2025). Strategi Pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran digital pada akun @dewiskincaree. *Journal Of Social Science Research*, 1-2.
- Sikana Arina Mana, F. R. (2020). Tindak Tutur Ilokusi Pada Iklan Fair and Lovely di Televisi. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 94.
- Sugiyono, D. L. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional)*. Bandung: Alfabeta.
- Windayani Restu Novia, R. A. (2023). Pengaruh Iklan Dalam Pemilihan Produk. *Beauty and Cosmetology*, 8.