DAFTAR PUSTAKA

Adhandayani, A. (2020). *Modul Metode Penelitian 2 Kualitatif*. Jakarta: Universitas Esa Unggul.

Agustini, Grashinta, A., Putra, dkk. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif (Teori & Panduan Praktis Analisis* Data *Kualitatif)*. Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara: PT. Mifandi Mandiri Digital.

Ahmad Hidayat & Melati Sari. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu melalui Brand Ambassador pada Industri Kosmetik di Indonesia*. *Jurnal Komunikasi*, *9*(2), 45-60.

Algustin, W., & Matoati, R. (2020). *Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Minat Beli Ulang Produk* Emina *pada Generasi Z. Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, *27*(1). https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe3/article/view/7782

Amalia Salsabeela & Radityo Putro Handrito. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction pada Konsumen Skincare di Indonesia*. *Jurnal Pemasaran dan Perilaku*

Cangara, H. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

Dewi, D. C., Prasetyawati, Y. R., & Akbar, J. A. (2021). Emina *Girl Gang Ambassador (*EGGA*) as a Public Relations Marketing Strategy in Building* Emina *Cosmetic's Brand Image*. *International Journal of Social Science and Business*, *5*(2), 234–241. https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/article/view/33274

Desy Wahyuningrum, et al. (2021). Instagram*: Integrated Marketing Communication (IMC) sebagai Strategi Penjualan bagi Makeup Artist (MUA)*. *Jurnal Komunikasi Digital*, *5*(1), 33–48.

Fajar, A. (2017). *Implementasi Integrated Marketing Communication (IMC) pada PT Tokopedia dalam Mempertahankan Pelanggan*. *Jurnal Komunikasi*. https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/3102

Fathiya Jannatur Rifqy. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador dan Electronic Word of Mouth terhadap Brand Awareness barenbliss*. *Jurnal Pemasaran Digital*, *7*(1), 23–38. https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/21694

Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.

Iskandar, D. A. (2018). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik*. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, *3*(1), 11–18. Retrieved from https://www.neliti.com/id/publications/259363/

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (17th Global Edition). Harlow, England: Pearson Education Limited.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2005). *Marketing Management* (12th Edition). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, Inc.

Lestari Bunga Pertiwi. (2023). *Analisis Strategi Komunikasi Brand Equity Wardah Beauty melalui Integrated Marketing Communication*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, *15*(3), 78–92.

Mulyana, A., et al. (2024). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Widina Media Utama.

Mulyana, M. (2019). *Strategi Promosi dan Komunikasi*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.

Muhammad Firman Rizki & Budi Santosa. (2023). *Analisis Integrated Marketing Communications Wardah*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *8*(3), 105–120.

Nina Nurhasanah, Zella Putri Febriyani, & Purwanto SK. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador dan Social Media Ads terhadap Purchase Intention melalui Brand Image Produk Skincare MS Glow*. *Jurnal Digital Marketing*, *9*(2), 55–70. https://journals.usm.ac.id/index.php/jreb/article/view/6466

Osak, D. J., & Pasharibu, Y. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador dan Tagline terhadap Keputusan Pembelian Online dengan Mediasi Brand Awareness*. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, *9*, 357–380. https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/article/view/58236

Percy, L., & Rossiter, J. R. (1992). *A Model of Brand Awareness and Brand Attitude Advertising Strategies*. *Psychology & Marketing*, *9*(4), 263–274.

Puji Rianto, SIP., M. (2021). *Modul Metode Penelitian Kualitatif* (1st ed.). Sleman, Yogyakarta: Komunikasi UII.

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi*. *Jurnal Common*, *3*(1), 71–80. https://journal.moestopo.ac.id/index.php/common/article/view/647

Rifa'i Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian* (1st ed.). Kabupaten Sleman, Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.

Roosinda, F. W., et al. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Sleman, Yogyakarta: Zahir Publishing.

Santara, M. V., & Arviani, H. (2023). *Strategi Marketing Communications melalui* Emina *Girl Gang Ambassador oleh* Emina *Cosmetics di Masa Pandemi COVID-19*. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut*, *9*(2), 179–196. https://journal.uniga.ac.id/index.php/JK/article/view/2389

Sari, I. N., et al. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UNISMA Press.

Santina, R., et al. (2021). *Teknik Pengumpulan* Data *dalam Riset Kualitatif*. Jakarta: Gramedia.

Selvi Sagita. (2024). *Pengaruh Brand Ambassador Red Velvet dalam Iklan terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Azarine Cosmetics*. *Jurnal Pemasaran Global*, *10*(4), 150–165. https://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/kom/article/viewFile/7493/2825

Sherly Della Permatasari & Sumainah Fauziah. (2023). *Analisis Integrated Marketing Communication (IMC) dalam Meningkatkan Brand Awareness Produk Viva Cosmetics pada PT. Vitapharm*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, *6*(2), 88–102. https://jurnalistiqomah.org/index.php/jemb/article/view/3754

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sofyan, A. (2024). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. Padang: CV. Gita Lentera.

Shimp, T. A. (2003). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications* (6th ed.). Mason, OH: South Western Cengage Learning.

Wahyurini, S. C., & Trianasari, N. (2020). *Analisis Pengaruh Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah*. *Jurnal Mitra Manajemen*, *4*(1), 39–50. https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jmm/article/view/3846