

DAFTAR PUSTAKA

- Aryoni, A., Eldine, A., & Muniroh, L. (2019). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen. *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2), 1. <https://doi.org/10.32832/manager.v2i2.2557>
- Aswarina, P., Dwatra, F. D., & Padang, U. N. (2023). Pengaruh Persepsi pada Brand Ambassador Aktris Korea Han So Hee terhadap Loyalitas Konsumen Produk Somethinc pada Usia Dewasa Awal. 7, 14771–14777.
- Azhari, R., & Sazali, H. (2024). Menggali Maskulinitas Analisis Rekonstruksi KAHF untuk Pemasaran yang Efektif. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 5(2), 1779–1790. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i2.760>
- Azzura, N., & Mardhiyah, A. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Twice, Kualitas Produk Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Medan). *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 3(6), 979–985. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v3i6.569>
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Coffee Shop. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1–14.
- Brestilliani, L. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Brand Ambassador, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9, 19. https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/9186-Full_Text.pdf
- Candra Kirana, L., Titi Trijayanti, R., & Intan Sari, Y. (2020). Pengaruh Zaskia Adya Mecca Sebagai Brand Ambassador Dalam Instagram Meccanismofficialshop Terhadap Brand Image Meccanism. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(2), 308–320.
- Ferdiana Fasha, A., Rezqi Robi, M., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42.

<https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.840>

- Firmansyah, M.A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur. CV. Penerbit Qiara Media.
- Fred, L.B dan Agus, S.B (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi, Administrasi, Pertanian, dan Lainnya*. Prenamedia Group.
- Griffin, Jill. (2022). *Customer Loyalty*. Jakarta: Erlangga. Hapsari
- Hapsari, I. N. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Penjualan Strategi Integrated Marketing Communications (Imc) Dan Peran Brand Ambassador Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Oriflame Di Indonesia. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 44(8), 21–25. <http://www.elsevier.com/locate/scp>
- Hariyanto, D. (2016). Buku Komunikasi Pemasaran. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6, Issue August).
- Haryono, N., & Octavia, R. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Mutu Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Industri Elektro Dan Penerbangan*, 4(1), 20–27. <http://jurnal.unnur.ac.id/index.php/indept/article/view/139>
- Helmy Iskandar, A., Sutejo, B., Semarang, U. S., & Com, A. (2023). Analysis Of The Influence Of Celebrity Endorsement, Brand Image And Price Perception On Purchase Intention (Study On Consumers Of Kahf Products (Personal Care For Man) In Pedurungan District, Semarang City) Analisis Pengaruh Celebrity Endersment, Brand Im. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 2023. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Manajemen, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Education
- Latte, J., & Artina, R. (2021). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Pemasaran Online Pada Akun @Najwaproject. *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 3(1), 76–83. <https://doi.org/10.36658/ijan.3.1.81>
- Maulida, C. N., & Kamila, A. D. (2021). Pengaruh K-Pop Brand Ambassador Terhadap Loyalitas Konsumen. *Kinesik*, 8(2), 137–145.

- <https://doi.org/10.22487/ejk.v8i2.154>
- Moreau, E. (2018). What Is Instagram, Anyway? In *Lifewire*.
https://conference.bcoe.org/cabinet/file/df703dbd-0a56-4b5f-8909-8d850180a7dd/What_is_Instagram.pdf
- Nalita, S., Suhud, U., & Sari, D. A. P. (2022). Membentuk Loyalitas Pelanggan Dengan Penggunaan Artis Korea Sebagai Brand Ambassador E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(1), 171–185.
<https://doi.org/10.21009/jbmk.0301.13>
- Nasir, et, A. (2023). Pengaruh Brand Image dan Brand Ambassador Korea K- Pop Artist Terhadap Customer Loyalty Di Shopee pada Mahasiswa FISIP UNSRAT. *Title*. 9(2), 356–363.
- Naufal, D. M., & Rahardjo, S. T. (2022). Pengaruh Pemasaran Produk Personal Care Pria Kahf Melalui Internal Dan External Social Influencer Terhadap Minat Pembelian Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 11(3), 1–15.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>
- Nurbani, A., Mulyanto, H., Wardani, M. K., & Andriyani, M. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 16(2), 109.
<https://doi.org/10.33370/jmk.v16i2.346>
- Rossiter, J.R., Percy, L., & Bergkvist, L. (2018). *Marketing Communication: Objectives, Strategy, Tactics*. SAGE. Publication.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.
- Savica, D., & Dianita, I. A. (2023). the Effect of #Jumatberkahf Ewom and Dimas Seto As Source Credibility on Kahf Brand Image. *Business Journal : Jurnal Bisnis Dan Sosial*, 8(2), 79.
<https://doi.org/10.25124/businessjournal.v8i2.5794>

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Timpal, R. S., Massie, J., & Pandowo, M. (2022). The Role of Brand Ambassadors on Consumer Purchase Decision on Tokopedia Marketplace. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 652. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.42366>

Website

Fauzani, P. (2023, Desember 03). *Indonesia.go.id*. Fenomena Cantik Industri Kosmetik.

<https://indonesia.go.id/kategori/editorial/7804/fenomena-cantik-industri-kosmetik?lang=1> (Diakses pada 10 Oktober 2023, pukul 15.40)

Kahf

<https://www.kahfeveryday.com/> (Diakses pada 10 Mei 2024, pukul 13.00)

KEMENTERIAN KOORDINATOR BIDANG PEREKONOMIAN REPUBLIK INDONESIA. (2024, Februari 03). *ekon.go.id*.

<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung-penguatan-blue-economy> (Diakses pada 09 Oktober 2023, pukul 13.30)

Paragon

<https://www.paragon-innovation.com/> (Diakses pada 10 Mei 2024, pukul 13.50)

Pasaribu, A. (2022, Oktober 12). *Antara News*.

<https://www.antaranews.com/berita/3174369/lima-rekomendasi-skincare-untuk-pria> (Diakses pada 10 Oktober 2023, pukul 12.10)

Prima, B. (2021, November 08). *IDNTIMES.com*.

<https://www.idntimes.com/men/grooming/berkat-prima/rekomendasi-skincare-set-untuk-pria-c1c2-1> (10 Oktober 2023, pukul 10.28)

Tantomi, I. (2020, Oktober 09). *Kapanlagi.com*. Retrieved from Kapan Lagi Showbiz:

<https://www.kapanlagi.com/showbiz/selebri/gandeng-dimas-seto-kahf-luncurkan-produk-halal-buat-lengkapi-kebutuhan-pria-masa-kini-86ff2d.html> (Diakses pada 09 Oktober 2023, pukul 14.20)

Waluyo, D. (2024, Februari 20). *Indonesia.go.id*. Kinclong Industri Kosmetik Tanah Air.

<https://indonesia.go.id/kategori/editorial/7984/kinclong-industri-kosmetik-tanah-air?lang=1> (Diakses pada 10 Oktober 2023, pukul 14.40)