

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ayu Adibah, Refina, dan Edy Purwo Saputo. Analisis Pengaruh Gaya Hidup Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Wardah. Diss. Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020.
- [2] Chaidir, M., Cathas Teguh Prakoso, "Pengaruh *Tagline Iklan* Yamaha “Semakin Di Depan” Terhadap Kesadaran Merek Pada Masyarakat Kecamatan Samarinda Ulu Di Kota Samarinda." (2018).
- [3] Rahardian , M., Andriani Kusumawati, dan Ari Irawan. "Pengaruh *Tagline Iklan* Dan Selebriti Endorser Terhadap Brand Awareness Dan Minat Beli (Survei Pada Mahasiswa Program Sarjana Pengguna Smartphone Oppo F3 Plus Di Universitas Brawijaya)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 75.1 (2020): 10-18.
- [4] Osak, D.J. Andpasharibu, Y., 2020. Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Tagline* Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Mediasi Brand Awareness. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 9, Pp.357-380.
- [5] Zulkarnain , Zulkarnain. Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Tagline* Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Smartphone Vivo Di Bandar Lampung. Diss. Iib Darmajaya, 2018.
- [6] Ermawati , Anita. "Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Purchase Decision Produk United." *Agora* 6.2 (2018)
- [7] Mahisa, R. K., Permadi, L. A., & Darwini, S. (2019). Analisis dampak *Tagline* Dan *Brand Ambassador* Terhadap Brand Awareness Telepon Seluler Merek Oppo (Studi Pada Pekerja Kantoran Di Kota Mataram). *Jurnal Riset Manajemen*, 19(2), 86–97.
- [8] Roykhanah, Siti. Pengaruh *Tagline* Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. Diss. UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018
- [9] Cahyowulan, Shinta Ayu Pratiwi. Pengaruh *Brand Ambassador* Pada Minat Beli Produk Wrangler Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. Universitas Sanata Dharma, 2018
- [10] Karim, A. (2019). Dampak *Tagline Iklan* Versi “Axis Hits Bonus” Dan *Brand Ambassador* Terhadap Brand Awareness Kartu Axis (Studi Pada Mahasiswa STIE Amkop Makassar). *Movere Journal*, 1(1), 1–13.
- [11] Sterie, Wua Gloria, James Massie, And Djurwati Soepono. "Pengaruh *Brand Ambassador* Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado." *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 7.3 (2019).

- [12] Imantoro, Fatih, Suharyono Suharyono, dan Sunarti Sunarti. "Pengaruh Citra Merek, Iklan, Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Mi Instan Merek Indomi Di Wilayah Um Al-Hamam Riyadh)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 57.1 (2018): 180-187.
- [13] Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [14] Handayani, D. (2018). Dampak Penggunaan Tagline “Tunjukkan Kulit Cerah Alamimu” Pada Iklan Clean & Clear Natural Bright Face Wash Terhadap Keputusan Pembelian.
- [15] Wardani, Ema Sukma, dan Awan Santosa. "Pengaruh Hallyu, Ambassador Merek, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Atas Produk Republik Natur Di Yogyakarta." *Jurnal Apresiasi Ekonomi* 8.2 (2020): 203-211.
- [16] Widyastuti, D.A., & Nugroho, M. R. (2019). Efektivitas Tagline# DijaminOri terhadap Brand Awarness E-Commerce JD. ID. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 1(4), 211–225.
- [16] <https://MS-glow.store/blog/about-tentang-MS-glow>
- [17] <https://MSglowbeautyid.com/sejarah-berdiri-dan-suasana-pabrik-MS-glow>