

## DAFTAR PUSTAKA

- Damayanti , C., & Wahyono. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image* terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening *Management Analysis Journal*, 4(3).
- Dimiyati, Johni. 2013. *Metodologi Penelitian Pendidikan Dan Aplikasinya Pada Pendidikan Anak Usia Dini* . Jakarta : Kencana.
- Elyawati, Elli. 2021. Pengaruh Viral Marketing, Social Media Marketing, dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Scarlett Whitening di Platform Tiktok. *STIE YKPN Yogyakarta*.
- Fatila, Atasya Noor, Eka Farida, dan Restu Millaningtyas. 2021. Pengaruh *Brand Ambassador, Social Media Marketing, dan Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Pada Mahasiswi di Kota Malang). *Jurnal Riset Manajemen, Universitas Islam Malang*.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Gunelius, S. 2011. *30-Minute Social Media Marketing*. McGraw-Hill Companies.
- Hadi, Sutrisno. 2004. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi.
- Joan, Valeri. 2021. Produk Kecantikan Tembus Transaksi 20 Miliar, Brand Lokal Terfavorit. <https://compas.co.id/article/penjualan-produk-kecantikan/>. Diakses pada tanggal 09 Desember 2023 pukul 18.02.
- Kotler, Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip and Garry Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip & Armstrong Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi ke-1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ke 9. Jakarta: Erlangga.

- Kotler dan Keller. 2016. *Marketing Management*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Gary Armstrong. 2019. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lea-Greenwood, G. 2012. *Fashion Marketing Communications Ebook*. In *Somerset*. Wiley.
- Lea-Greenwood, Gaynor. 2013. *Fashion Marketing Communications*. United Kingdom: Wiley.
- Nurlestari, Devita Mumtahanah, Hari Purwanto, Heny Sidanti. 2022. Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Konsumen Produk Scarlett Whitening Di Kota Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA)*.
- Pham, P.H. & Gammoh, B.,S. 2015. *Cgarakteristics of social-media marketing strategy and customer-based brand equity outcomes: a conceptual model*.
- Pertama, Nabel Andraha Putra dan Barkah. 2023. Pengaruh *Brand Ambassador, Social Media Marketing Dan Product Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening Dan *Brand Image* Sebagai Variabel Intervening. *Management Business Innovation Convergence (MBIC)*.
- Purwati, Anung dan Mega Mirasaputri Cahyanti. 2022. Pengaruh *Brand Ambassador Dan Brand Image* Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita Vol.11, No.1: 32-46*.
- Ramadhani, Dita Ismaliana dan Muhammad Zaini. 2023. Pengaruh *Brand Ambassador, Social Media Marketing*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi (JIMEA) Vol. 7 No. 1, 2023*.
- Safitri, R. 2021 *Social Media Marketing: Cara Kerja, Jenis, & Tools Penunjang*. <https://www.exabytes.co.id/blog/social-media-marketing-adalah/>. Diakses pada tanggal 20 Oktober 2023 pukul 10.15.

Sejahtera, Opto Lumbang. 2021. Reveal Your Beauty. <https://scarlettwhitening.com/>. Diakses pada tanggal 09 Desember 2023 pukul 17.58.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Penekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian dan Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&d*. Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.

Tjiptono, F. 2015. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi Offet.

Wang, F., & Hariandja, E.S. 2016. *The Influence of Brand Ambassador on Brand Image and Consumer Purchasing Decision : A Case of Tous Les Jours in Indonesia. International Conference on Entrepreneurship (IConEnt- 2016), International Conference on Entrepreneurship (IConEnt)*.

