

DAFTAR PUSTAKA

- Andarista, F., Hariyani, D. S., & Fauzi, R. U. A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Promosi Terhadap Minat Beli Brand Erigo Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Current Research in Business and Economics*, 1(2), 36–44.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Helm LTD (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). *Pendekatan. Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 897.
- Aswarina, P., & Dwatra, F. D. (2023). Pengaruh Persepsi pada Brand Ambassador Aktris Korea Han So Hee terhadap Loyalitas Konsumen Produk Somethinc pada Usia Dewasa Awal. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, 14771–14777. <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/8729%0Ahttps://www.jptam.org/index.php/jptam/article/download/8729/7127>
- Chintya, M., Beringin, M., Scarlett, I. P., & White, M. (2022). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR , KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING Rismawati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya kulit . Founder sekaligus owner dari brand Scarlett whitening ini adala.*
- 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. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 143–144.
- Gea, S., Murad Daulay, M. S., & Pakpahan, E. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Scarlet Whitening (Studi Kasus di Toko Putri Kosmetik). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 160–172. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i1.846>
- Ghozali, I. (2017). *Ekonometrika: Teori, Konsep dan Aplikasi dengan IBM SPSS 24*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS IBM 25*. BP Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. (2019). Metodologi Penelitian, Yogyakarta. *F. Akultas. Psikologi*

Universitas Gajah Mada.

- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>
- Putri, A. K., & Prasetyo, A. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(2), 5007–5021. <https://docplayer.info/33185704-Pengaruh-citra-merek-terhadap-loyalitas-konsumen.html>
- Septiyani, E., & Halim, P. A. (2023). Pengaruh Daya Saing dan Kualitas Produk Kecantikan terhadap Loyalitas Konsumen Produk Scarlett di Bandung. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 905–916. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.5103>
- Sterie, W. G., Massie, J., & Soepono, D. (2019). 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).
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi: Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional* (Sunarto (ed.); Cetakan Ke). Alfabeta.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis* (A. Cristian (ed.)). Andi.
- Wibisono, D. (2013). *Riset Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. <https://books.google.co.id/books?id=2ateDwAAQBAJ>
- Wiyono, G. (2020). *Merancang Penelitian Bisnis dengan alat analisis SPSS 25 & SmartPLS 3.2.8* (Edisi Kedu). UPP STIM YKPN.