

DAFTAR PUSTAKA

- Amandeep, et., al. 2017. "The Impact of Advertising on Consumer Purchase Decision with Reference to Consumer Durable Goods in Oman." *International Journal of Management Studies and Research (IJMSR)*. Vol. 5, Issue 12. PP 11-19
- Aprianti, Wina, & Tjiptodjojo, Kartika Imasari (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Awareness dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(2), 1275-1282, ISSN 2614-8854, Ainara, <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i2.1645>
- Asman Nasir. (2021). *Studi Kelayakan Bisnis* (Kodri (ed.)). CV.Adanu Abimata.
- Dwi Indah Utami, & Hidayah, N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 102–111. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.159>
- Fauzi, R. U. A., Esmike, M., & Ardiningrum, A. R (2003). Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc. *Efektif: Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 14(1 Juni),58-78.
- Fazirah, E., & Susanti, A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Wardah di Kota Surakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 5(3), 246–254.
- Indraswari, R.S. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Iklan, dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Mediasi pada Larissa Aesthetic Center Cabang Jember. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
- Lea-Greenwood, G. (2013). *Fashion Marketing Communication*. John Wiley & Sons.
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta, Indonesia: Cakra. Ilmu.
- Mandey JB. 2013. Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild. *J. EMBA 1*
- Maryati, & Khoiri.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 542–550.

- Oktavia, E. B., Fatimah, F., & Puspitadewi, I. (2022). Pengaruh Harga, Brand Ambassador, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening Indonesia Di Tokopedia. *Growth*, 20(2), 361. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v20i2.2108>
- Ramadhani, A. N., & Masitoh, S. (2019). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 11(3), 1-9.
- Sagia, A., & Situmorang, S. H. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 286–298. <https://doi.org/10.31843/jmbi.v5i2.168>
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh brand ambassador, minat beli dan testimoni terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 8(1), 21–34.
- Suyanto, M. 2008. *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta, Indonesia: Andi.
- Tarigan, N. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia. *President University*.
- Ummat, R., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic. Fair Value: *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(6), 2279-2291.
- Utami, Dwi Indah, & Hidayah, Nurul (2022). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 102-111, ISSN 2829-0518, Asosiasi Dosen Muda Indonesia, <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.159>