DAFTAR PUSTAKA

Agnes, S., Ahmad, H., & Fetalia, A. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, Word Of Mouth dan Testimony In Social Media terhadap Keputusan Pembelian Hijab Sulthanah di Kota Tegal. *DIALEKTIKA : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, *6*(1). https://doi.org/10.36636/dialektika.v6i1.470

Alfianto, A., Ilahi, A., Arfah, A., & Arif, M. (2021). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada PT Daya Anugrah Mandiri*.

Amelia, R., Andrian, A., & Sumantyo, F. D. S. (2023). DAMPAK STORE ATMOSPHERE, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SOCIOLLA DI SUMMARECON MALL BEKASI. *JURNAL ECONOMINA*, *2*(9), 2482–2501. https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.828

Aprileny, I., Rizki, D. K., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal STEI Ekonomi*, *31*(01), 37–51. https://doi.org/10.36406/jemi.v31i01.544

Bella Oktavia, E., Muhammadiyah Jember Feti Fatimah, U., Puspitadewi, I., & Muhammadiyah Jember, U. (2022). *PENGARUH HARGA, BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SCARLETTWHITENING INDONESIA DI TOKOPEDIA Universitas Muhammadiyah Jember*.

Buchari Alma., 2016 Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. Alfabeta

Chintya, M. (2023). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING*. https://compas.co.id/article/body-lotion-scarlett/

Effendi, E., Rinaldi, R., Andi Harahap, M., Islam Negeri Sumatera Utara, U., Sumatera, N., William Iskandar Ps, J. V, Estate, M., Percut Sei Tuan, K., & Deli Serdang, K. (2023). Peran Komunikasi Pemasaran terhadap UMKM di Kecamatan Medan Area. *Journal on Education*, *05*(02), 2176–2183.

Fahroni, A. (2023). STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN IKAN TERI PADA PT. MARINAL INDOPRIMA KABUPATEN SUMENEP. In *Jurnal ISICO* (Vol. 1, Issue 2). https://jurnal.isico.ac.id/index.php/xxxx

Firmansyah, M. A. (2020). Komunikasi Pemasaran. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media

Herawati, & Putra, A. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Azarine Cosmetic*.

Indah Salpitri, R., Sari, S., & Studi Ilmu Komunikasi, P. (2023). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Maxim Dalam Meningkatkan Competitive Advantage Di Kota Bengkulu. *Jurnal Multimedia Dehasen*, *2*(2), 419–428. http://id.taxiMaxim.com

Kolinug, M., Mananeke, L., & Tampenawas, J. L. A. (n.d.). PEMBELIAN KOSMETIK REVLON (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SAM RATULANGI) THE EFFECT OF AMBASSADOR BRAND AND BRAND IMAGE ON REVLON COSMETIC PURCHASE DECISION (CASE STUDY ON SAM RATULANGI UNIVERSITY STUDENTS). In *101 Jurnal EMBA* (Vol. 10, Issue 3).

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). in Pearson.

Kurniawan & Puspitaningtyas. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif. In Metode Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta.

Lea-Greenwood. (2012). Ashion Marketing Communication E- Book. In *Fashion Marketing Communication E- Book*. Usa

Luh Putu Ganda Sari, N., Gusti Agung Ngr Gd Eka Teja Kusuma, I., & Putu Cempaka Dharmadewi Atmaja, N. (2023). *PENGARUH BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY DAN LIFESTYLE TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKIN CARE SCARLETT (STUDI PADA WILAYAH KOTA DENPASAR)*. *4*.

M. Anang, F. (2019). Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy). Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.

Miftahul Janna, N., & Pembimbing, D. (2020). *KONSEP UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS DENGAN MENGGUNAKAN SPSS*.

Manorek, L. S. (2016). The Influence of Brand Image, Advertising, Perceived Price Towar d Consumer Purchase Intention (Case Study : Samsung Smartphone). Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, 16(1).

Nurfadilah, N., & Fitriani, L. K. (2023). *ENTREPRENEUR Entrepreneur : Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan, Volume 4 Nomor 2 Tahun 2023*. http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur

Pauzi, M. R., Hadita, H., & Dovina, D. (2023). PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI VARIABEL INTERVENING MINAT BELI VOUCHER GAME VALORANT (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *JURNAL ECONOMINA*, *2*(9), 2453–2481. https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.827

Ponto, C., Kalangi, J., & Aseloei, S. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhapan Keputusan Pembelian Produk Skincare Garnier Pada Mahasiswa S1 Universitas Sam Ratulangi*.

Pratama, C., & Rakhman, A. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador, Kepuasan Pelanggan dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Acne Care Scarlett Whitening di Kelapa Gading, Jakarta Utara*.

Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, *11*(1), 32–46. https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.526

Putri, W. (2022). *THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND BRAND AMBASSADOR ON PURCHASING DECISIONS THROUGH CONSUMER TRUST IN SCARLETT PRODUCTS*. *11*, 346–363. https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms

Ramdani, D., Supriatna, E., Yuliani, W., & Studi Bimbingan dan Konseling IKIP Siliwangi, P. (2023). *FOKUS VALIDITAS DAN RELIABILITAS ANGKET KEMATANGAN EMOSI*. *6*(3), 2023. https://doi.org/10.22460/fokusv6i3.10869

Royan, 2005, Marketing Celebrities, Jilid 1, Elex Media Komputindo, Jakarta.

Sagia, A., & Situmorang, S. H. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera. In *Ayu Sagia Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia Syafrizal Helmi Situmorang* (Vol. 5).

Sarippudin, A., Fitriani, I., & Zulkarnaen, W. (2019). *PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG DI ITC KEBON KELAPA*. 1–10.

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.* Bandung.

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Method). *In Metode Penelitian Kombinasi (Mix Method)* (P. 38). Bandung.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung

Sujarweni. (2021). Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi. In *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta.

Syahidah, M., & Rachmi, A. (2021). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR (DUTA MEREK) DAN BRAND IMAGE (CITRA MEREK) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKOPEDIA*. https://iprice.co.id,

Taufiqah, R., & Yogi Sari, O. (2023). *PENGARUH INOVASI PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE LOKAL PRODUK SERUM SCARLETT WHITENING*. *6*(1), 2023.