

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Ma'ruf, Manajemen Komunikasi Periklanan: Cetakan Pertama, Aswaja Pressindo, Yogyakarta, 2017.
- Aliffia, S., & Purnama, H. (2022). Peran Brand Ambassador Song Joong-Ki Dalam Brand Image Scarlett Whitening. *E-Proceeding of Management*, 9(2), 1259–1263. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/17579>
- Alistian, A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening: (Survei Pada Konsumen Scarlett di Toko Koleksi Tasik Termurah). *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(5), 582-586.
- Alma, Buchari. (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Amalia Probosini, D., Hidayat, N., & Yusuf, M. (2021). Pengaruh Promosi dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Market Place X dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(2), 445–458.
- Anggraeni, E. D. (2020). Pengaruh Advertising Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Pada Konsumen Produk Pembalut Charm Di Kota Depok. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(3), 419–433. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v3i3.148>
- Ardiansyah, M. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Amdk Cleo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen Volume 6, Nomor 6, Juni 2017*, 6(1), 1–17.
- Arianty, N., Jasin, H., dan Nasution, P. L. K. 2019. Manajemen Pemasaran : Konsep dan Praktek (Pertama.). Medan: Perdana Publishing
- Assauri, S. (2015). Manajemen Pemasaran (Edisi 1). Jakarta: Rajawali Perseda.
- Candra Kirana, L., Titi Trijayanti, R., Intan Sari, Y., Kunci, K., Merek, C., & Merek, D. (n.d.). PENGARUH ZASKIA ADYA MECCA SEBAGAI BRAND AMBASSADOR DALAM INSTAGRAM MECCANISMOFFICIALSHOP TERHADAP BRAND IMAGE MECCANISM THE EFFECT OF ZASKIA ADYA MECCA AS A BRAND AMBASSADOR IN THE MECCANISM BRAND IMAGE. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(2), 308–320.
- Cholifah, N., Suharyono, & Hidayat, K. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Image (Survei pada Konsumen Kosmetik Wardah di Counter Wardah Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 36(1), 170–177.
- Denisa Putri Ayuni, P. A. (n.d.). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. <http://ejournal.urindo.ac.id/index.php/administrasimanajemen/index>
- Devi, M. S., & Jatisidi, A. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vivo Smartphone Pada Komunitas Facebook Vivo Smartphone. *Pantarei*, 4(1), 10.
- Fathul, Q., & Bhara, A. M. (2019). Pengaruh Iklan “Shopee Blackpink Sebagai Brand

- Ambassador” Terhadap Minat Belanja Online Mahasiswa. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 8(4), 288–296.
<https://publikasi.unitri.ac.id/index.php/fisip/article/view/1962>
- Fitriahningsih, A. S. C. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Makassar)* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Fristiana, D. A. (2012). PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RAMAI SWALAYAN PETERONGAN SEMARANG. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), pp.59-67.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/839>
- Ghozali, Imam, Hengky Latan. (2015). Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan. Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris. BP Undip. Semarang.
- Heda, N. S. R. (2017). Pengaruh Celebrity Endorse Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampo (Studi Kasus Pada Merek Clear). In *Skripsi Jurusan Manajemen*.
<http://eprints.uny.ac.id/id/eprint/48999>
- Ilmi, S., Pawenang, S., & Marwati, F. S. (2020). Pengaruh Choi Siwon Sebagai Brand Ambassador, Brand Image, dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap Korean Spicy Chicken. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 4(01), 103–113.
<https://doi.org/10.29040/jie.v4i01.822>
- Khairunnisa, D., & Fathurrozi, M. K. (2024). Pandangan Konsumen Terhadap Efektivitas Brand Ambassador Dalam Meningkatkan Kesadaran Merek. *Journal of International Multidisciplinary Research*, 2(5), 586–594.
<https://journal.banjaresepacific.com/index.php/jimr/article/view/303/470>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. Harlow : Pearson Education Limited
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *A Framework for Marketing Management Sixth Edition Global Edition*. Pearson Education Limited
- Kotler, Philip And Gary Armstrong., 2018., *Principle Of Marketing*, 17e Global Edition, Pearson Education Limited, New York.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, PearsonEducation,Inc.
- Kusdayanti, P. A., & Nugroho, R. H. (2023). Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Melalui Brand Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Scarlett Whitening di Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(3), 3143-3151.
- Lea-Greenwood, G. (2013). *Fashion Marketing Communications*.
- Lismiati. (2020). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar)*. 1(2), 71–83.
<http://ojs.stiami.ac.id>
- M. Anang Firmansyah. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek. Buku Pemasaran*

Produk Dan Merek, August, 143–144.

- Mardiani, A. S., & Wardhana, A. (2018). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Bandung Kunafe Cake. *Komunikasi Dan Bisnis*, 5(2), 2577–2583.
- Muharam, W., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merk, Persepsi Harga Dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio. *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers*, 201, 755–762.
- Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.
- Nainggolan, N. T., Munandar, Sudarso, A., Nainggolan, L. E., Fuadi, Hastuti, P., ... Gusman, D. (2020). Perilaku Konsumen di Era Digital. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Nurhalim, A. D. (2020). Pengaruh Brand Image Gojek Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Efek Covid-19 Konsumen Karawaci Tegal Baru Tangerang). *Jurnal Bina Manajemen*, 9(1), 17–29. <https://doi.org/10.52859/jbm.v9i1.112>
- Pradana, D. (2017). Pengaruh Harga Kualitas Produk dan citra merek Brand Image terhadap keputusan pembelian motor. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v5i1.1324>
- Purnama, L. W., & Novitasari, D. (2022). Brand Image Pemediasi Pengaruh Advertising Dan Brand Ambassador Idol K-Pop Pada Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 418–435. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.476>
- Putri, G. W., Juliati, R., & Fitriasari, F. (2023). The Effect of Brand Image on Purchase Decision of Scarlett Cosmetics Mediated by Brand Ambassador. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(4), 346–355.
- Puspita, A. A. M. E. D., Trarintya, M. A. P., & Gede, I. K. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Experience Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan E-Commerce Shopee Di Kota Denpasar. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(6), 1152–1167.
- Rahma, A. N., Firdaus, V., & Sari, D. K. (2024). Pengaruh Brand ambassador, Brand image, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Produk Skincare Scarlett Whitening Di Sidoarjo. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(2), 3275–3292.
- Raswen, R. N. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Blackpink Terhadap Citra Perusahaan Shopee Pada Mahasiswi Di UIN Suska Riau. *Jom Fisip*, 6(2), 1–13.
- Rinaldo Rusli, Rabella Dimelati Hutabarat, Y. S. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador dan Word of Mouth Terhadap Brand Image Produk Fashion Damn! I Love Indonesia Di Kalangan Mahasiswa Tangerang*. <https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/commed/article/view/4442/2782>
- Sahjati, A. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador, Dan Kemenarikan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand 2018*.

http://eprints.undip.ac.id/63692/%0Ahttp://eprints.undip.ac.id/63692/1/13_FAHREZA.pdf

- Saputri, H. A., & Nugroho, W. (2018). *THE EFFECT OF BRAND AMBASSADOR, QUALITY OF SERVICE, AND PRICES ON CONSUMER DECISION IN USING J&T EXPRESS SERVICES (CASE STUDY ON J&T EXPRESS BRANCH MARGONDA DEPOK)*. <http://ejournal.aibpmjournals.com/index.php/JICP/article/view/223>
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh brand ambassador, minat beli dan testimoni terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.
- Supriyadi, Fristin, Y., & K.N, G. I. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 135–144. <https://media.neliti.com/media/publications/75449-ID-pengaruh-kualitas-produk-dan-brand-image.pdf>
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga (Vol. 3)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Salemba Empat.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Pemasaran*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. CV. Alfabet
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. CV. Alfabet
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabet.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*.
- Tjiptono, F. (2016). Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian. *Jurnal Universitas Ellyani*.
- Thompson, M. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. New York: McGraw-Hill Education.
- Ulum, M., Mansur, M., & Hufron, M. (2016). PENGARUH ATRIBUT BRAND AMBASSADOR CHICCO JERIKHO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GARNIER MEN FACIAL FOAM (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis jurusan Manajemen Unisma Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 82–94.