

DAFTAR PUSTAKA

- Ayuni, D. P., & Aulia, P. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 12(4), 416–424.
- Az-Zahra, A. F., & Sudrajat, R. H. (2021). PENGARUH BRAND AMBASSADOR NCT 127 DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK NATURE REPUBLIC. *Dialektika: Jurna Ilmu Komunikasi*, 8(2), 228–237.
- Farah Rizqy Salsabila, Alfalisyanto, Tri Septin Muji Rahayu, & Alfato Yusnar Kharismasyah. (2024). Pengaruh Promosi, Citra Merek, Brand Ambassador, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Somethinc. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(7), 5147–5163. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i7.2344>
- 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.
- Hamid, N. Al, & Rummyeni, R. (2024). Pengaruh Girl Group Twice sebagai Brand Ambassador Scarlett Whitening terhadap Keputusan Pembelian Konsumen melalui Mediasi Brand Image. *Jurnal Riset Komunikasi*, 7(1), 101–113. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v7i1.954>
- Ilaisyah, H. L., & Sulistyowati, R. (2020). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA. *International Research Journal Of Business And Strategic Management*, 1(1), 37–47. <https://irjp.org/index.php/irjbsm/article/view/6>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan* (edisi Pert). Unitomo Press.
- Khasanah Ayu. (2022). *Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Vaseline Hand And Body Lotion*.
- Kicky Camallya Arista, & Khusnul Fikriyah. (2022). Pengaruh Label Halal, Harga dan Song Joong Ki Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(4), 453–466. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20224pp453-466>
- Nabella, S., & Ida, F. (2024). Pengaruh Word Of Mouth, Persepsi Harga, Brand Image, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang Hand & Body Vaseline di Kota Semarang. *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 439–452.
- Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., Martini, E., Susilawati, H., Bambang, Trenggana, A. F. M., Zulfikar, R., Handayani, T., Kusuma, G. P. E., Triwardhani, D., Rini, N. K., Pertiwi, W. N. B., & Roslan, A. H.

- (2021). *Brand Marketing* (Pertama). Widina Bhakti Persada.
- Raihanah, S., Sari, S., & Usman, A. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Produk Wardah Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Ujung Pandang. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(2), 111. <https://doi.org/10.31963/jba.v1i2.3006>
- Ramadhani, D. I., & Zaini, M. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Social Media Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 520–536. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2900>
- Rani Rahmadani, Rahayu Puji Suci, & Zulkifli Zulkifli. (2024). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimoderasi Brand Image (Studi Pada Konsumen Le Minerale di Toko Indomaret Soekarno Hatta Kota Malang). *MASMAN: Master Manajemen*, 2(3), 278–289. <https://doi.org/10.59603/masman.v2i3.506>
- Rosa Indah, D., Afalia, I., & Maulida, Z. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Vaseline (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 83–94. <https://doi.org/10.33059/jseb.v11i1.1983>
- Rossanty, Y., Nasution, M. D. T. P., & Ario, F. (2018). *Consumer Behaviour: In Era Millenial* (R. Franita (ed.); Cetakan Pe). Lembaga Penelitian Dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Samsiyah, S. et al. (2023). *Perilaku Konsumen* (Agisni Sofatunisa (ed.); Pertama).
- Samsiyah, S., Latif, N., Aprilia, C. D., Auliansyah, A. R., Zukar, G. R. M., & S, N. T. A. (2023). *Perilaku Konsumen* (A. Sofatunisa (ed.); Edisi Pert).
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif* (Issue June).
- Sunyoto, D. (2023). *Praktik Riset Perilaku Konsumen: Teori, Kusioner, Alat, dan Analaisis Data*.
- Timpal, R. S., Massie, J., & Pandowo, M. (2022). 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*, 10(3), 652. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.42366>
- Wahyuni, H. (2023). *Analisis Pengaruh Green Marketing dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Konsumen Di Pasuruan Raya Dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening*. 2(3), 184–196. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v2i3.1101>
- Wardhana, A. (2020). *Brand Management: In The Digital Era*. Edisi Bahasa

Indonesia (M. Pradana (ed.); Pertama). CV. EUREKA MEDIA AKSARA.

Widyanti, Ra. P. K. D. M. S. P. M. (2020). Analisis Pengukuran Kinerja Dengan Menggunakan Standar Pelayanan Minimum. *Al-Qalb: Jurnal Psikologi Islam*, 8(2), 161–173.
https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=jCse2V0AAAAJ&pagesize=100&citation_for_view=jCse2V0AAAAJ:zYLM7Y9cAGgC