

DAFTAR PUSTAKA

- A Febriani, H. C. (2023). *Peengaruh Brand Ambassador, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening di Kota Semarang*. Semarang: publikasi.dinus.ac.id.
- Aaker, D. (1997). Dimensions of brand personality. *Journal of Marketing Research*, 34(3), 347-356.
- CA Manggarani, R. B. (2021). *PEMASARAN*. repository.ut.ac.id.
- Caroline Saskia, R. K. (2023). *15 Medsos Favorit Orang Indonesia*. Tekno Kompas, We Are Social.
- DI Ramadhani, M. Z. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Social Media Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Scarlett Whitening . *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi*.
- E Wijaya, Y. O. (2022). *Pentingnya Brand Image Produk : Kajian Pada Produk Scarlett Whitening* . Maker : Jurnal Manajemen.
- Effendi, A. Z. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian melalui Keputusan Pembelian. *Syntax Literate*.
- Fajrin, A. A. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 48(1), 96-103.
- H Henni, P. P. (2022). *Analisis Minat Beli Produk Scarlett Whitening*. Eqien-Jurnal Ekonomi.
- Joan, V. (2022). *Produk Kecantikan Tembus Transaksi Rp210 Miliar, Brand Lokal Terfavorit*. compas.co.id.
- Kadek Ayu Riska Oktabenia, I. G. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud Vol 8*, 27.

- Kartika, I. (2022). *Analisa 7P Marketing Mix untuk Pengembangan Strategi Manajemen Pemasaran*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis.
- Kurniawan, A. (2018). *Metodologi Penelitian*. repository.syekhnurjati.ac.id.
- M Astuti, M. M. (2020). *Manajemen Pemasaran : UMKM dan Digital Social Media*. books.google.com.
- M, F. (2019). Pengaruh Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Shopee. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Batanghari Jambi*, 2(1).
- N Asnawi, M. M. (2011). *Metodologi riset manajemen pemasaran : disertai dengan contoh hasil penelitian*. repository.uin-malang.ac.id.
- Nenny A, C. F. (2022). *Analisis Pengambilan Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia*. Jakarta: Jurnal Dinamika Pendidikan.
- R Hardini, Y. P. (2022). *The Effect of Product QQuality, Brand Image, and Social Media, Influencer on the Purchase Decision of Scarlett Whitening Product on Social Media Instagram in DKI JAKARTA*. Jakarta: bircu-journal.com .
- Rochmat Aldy Purnomo, S. M. (2016). *Layout Statistik*. eprints.umpo.ac.id.
- S, P. (2017). *Buku Ajar Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. E-Book Metodologi Penelitian Syafrida.pdf - Repository UMA.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. books.google.com.
- SMA Nasution, R. B. (2021). *Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Scarlett Whitening*. UMSU.
- Sugianto, A. &. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian.

- Suprpto, R. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas dan Sosal Media Influencer terhadap Minat dan Beli produk Skincare Scarlett Whitening*. Jurnal Pendidikan.
- Uyuun, S. (2022). Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa FEB UNESA. *E-Jurnal STIE TRINANDRA*.

