

## DAFTAR PUSTAKA

- (2016). In P. Kotler, & K. L. Keller, *Marketing Management* (pp. 1-833). **London: Pearson Education.**
- (2022). In N. Purwanto, B. Budiyo, & S. Suhermin, *Theory of Planned Behavior : Implementasi Perilaku Electronic Word of Mouth pada Konsumen Marketplace* (pp. viii-112). **Malang: Literasi Nusantara Abadi.**
- Auriel, T., & Yosepha, S. Y. (2022). Pengaruh *Brand Image* dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Konsumen JABODETABEK. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen (JIMEN)*, 244-254.
- Budiman, A., & Erdiyansyah, R. (2022). Pengaruh *Word of Mouth* Dan *Sales Promotion* terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Produk CV. Anugrah Kencana Makmur). *Prologia*, 193-198.
- Cahyani, W., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh *Sales Promotion* dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Melalui Aplikasi TIX ID (Studi Pada Pengguna Aplikasi TIX ID di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1055-1061.
- Febrinastri, F. (2022, September 13). Retrieved from Suara.com: <https://www.suara.com/pressrelease/2022/09/13/105011/hingga-juli-2022-industri-kosmetik-meningkat-83-dan-didominasi-ukm>
- Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theory*. **Semarang: Yoga Pratama.**
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. **Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.**
- Greenwood, G. L. (2013). *Fashion Marketing Communications*. **United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.**
- Habir, H., Zahara, Z., & Farid, F. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 211-218.
- Hasian, A. G., & Pramudhita, C. A. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Awareness*, *Brand Image*, Dan *Brand Loyalty* Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Palembang (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Palembang). **Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen, 115-121.**
- Hermanto, J., Widyastuti, I., & Yasmir, Y. (2022). *The Effect of Brand Ambassador and Electronic Word of Mouth on Purchasing Decision Scarlett Whitening*. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi (JPENSI)*, 257-269.

- Hutagaol R, S. F. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening. *Journal Of Social Research*, **761-772**.
- Inggasari, S. M., & Hartati, R. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorser*, *Brand Image*, dan *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*.
- Irfansyah, M. (2023). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian. *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science*, **900-909**.
- Ismagilova, E., Dwivedi, Y. K., Slade, E., & Williams, M. D. (2017). *Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context A State of the Art Analysis and Future Directions*. **Switzerland: Springer Briefs In Business**.
- Joan, V. (2022). Retrieved from Kompas: <https://kompas.co.id/article/penjualan-produk-kecantikan/>
- Lailiya, N. (2020). Pengaruh *Brand Ambassador* dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia. *IQTISHADEquity*.
- Larasati, T. A., Amalia, N. R., & Mawardani, M. (2022). Pengaruh Idol KPOP Sebagai *Brand Abassador*, *Brand Image* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, **403-413**.
- Maindoka, L. F., Tumbel, A., & Rondonuwu, C. (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina Pada Pt. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, **1518-1572**.
- Mandasari, F., Purwanto, E., & Purwanto, S. (2023). *The Influence Of Celebrity Endorsers And Electronic Word Of Mouth On Purchase Decision Trust On Lazada Marketplace* Surabaya. *Jurnal Pamator : Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*, **99-113**.
- Manis, S. (2023, September 21). *Pelajaran.Co.id*. Retrieved from Pelajaran.Co.id: <https://www.pelajaran.co.id/pengertian-brand-ambassador-karakteristik-tugas-dan-manfaat-brand-ambassador-duta-merek-menurut-para-ahli/>
- Mirawati, Y., & Rustam, T. (2023). Pengaruh Media Sosial, Periklanan, Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Kota Batam. *SEIKO: Journal of Management & Business*, **135-145**.
- Muhiban, A., & Putri, E. K. (2022). Pengaruh Tampilan Produk dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee (Studi Kasus Konsumen Shopee di PT. Gucci Ratu Textile Kota Cimahi). *Jurnal EMT KITA*, **249-266**.

- Nadia, S. M., & Aulia, P. (2020). Pengaruh *Brand Ambassador* BTS KPOP Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia. *eProceedings of Management*, **3616**.
- Nurahman, I., & Indrianto, A. P. (2021). Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Kualitas Website, Reputasi Vendor dan Persepsi Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Situs Online Bukalapak di Yogyakarta. **INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia**, **506-518**.
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*.
- Pintubatu, C., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia. *e-Proceeding of Management*, **5749-5757**.
- Primolassa, M. E., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Produk melalui Aplikasi Tokopedia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, **14557-14562**.
- Ramadani, A. G., & Rachmawati, E. (2022). *The Influence of Brand Awareness, Brand Association, Brand Image, and Word of Mouth on Samsung Smartphone Purchase Decisions*. *JBMP (Jurnal Bisnis Manajemen dan Perbankan)*, **73-86**.
- Ramadhani, D. I., & Muhammad, Z. (2023). Pengaruh *Brand Ambassador Social Media Marketing* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, **520-536**.
- Sa'adah, Y. N., Kurniati, R. R., & Hardati, R. N. (2022). Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Antis Pada Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus Pada Kelurahan Dinoyo Kota Malang). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, **175-181**.
- Safika, E., & Raflah, W. J. (2021). *The Influence of Brand Image, Brand Ambassador and Price on Purchasing Decisions for Scarlett Whitening Product in Riau*. *Inovbiz : Jurnal Inovasi Bisnis Seri Manajemen, Investasi dan Kewirausahaan*, **8-13**.
- Sangadji, E. M., & Sopiha, S. (2020). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Suliyanto, S. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Sumarwan, U. (2020). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Syarifuddin, N., & Maisyura, M. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Malikussaleh. *NEGOTIUM : Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 95-114.
- THABRONI, G. (2023, 3 6). Retrieved from Serupa.id: <https://serupa.id/keputusan-pembelian-pengertian-proses-dimensi-indikator-dsb/#:~:text=Sedangkan%20menurut%20Tjiptono%20%282020%2C%20hlm.%2022%29%20keputusan%20pembelian,pengambilan%20keputusan%20yang%20mendahului%20dan%20mengikuti%20tindakan%20tersebut.>
- Utami, D. I., & Hidayah, N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 102-111.
- Widyanto, I., & Albetris, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Padat Wardah Pada PT Pargon Tecnology and Inovation (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi STIE Graha Karya Muara Bulian). *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 138-145.