DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*.

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

Peter & Olson. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran = Consumer Behavior and Marketing Strategy* (9th ed.). http://laser.umm.ac.id/catalog-detail-copy/170001252/

Prof.Dr.Sugiyono. (2016). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategi* (2nd ed.). Andi.

Artikel :

Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, *6*(3), 38–51. https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271

Aliffia, S., & Purnama, H. (2022). *Pengaruh Brand Image Dan Kredibilitas Brand Ambassador Song Joong Ki Terhadap Brand Loyalty Produk Scarlett Whitening*. *9*(2), 1259–1263.

Arabela Annisa Nureza&Hanifa Maulani Ramadhan. (2023). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR NCT 127 TERHADAP PURCHASE DECISION MELALUI BRAND TRUST PADA E-COMMERCE BLIBLI.COM*. *6*, 167–175. https://doi.org/10.37600/ekbi.v6i1.866

Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Helm LTD (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). Pendekatan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, *4*(1), 897.

Aryandi, J., & Onsardi, O. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, *1*(1), 117–127.

Authors, & Gunawan, F. S. A. C. (2017). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang*. https://osf.io/preprints/inarxiv/npjqh/

Beauty Haul. (2023). *Brand Skincare Terbaik dan List Pemenang BeautyHaul Awards 2023*. Beauty Haul. https://www.beautyhaul.com/blog/brand-skincare-terbaik-dan-list-pemenang-beautyhaul-awards-2023

Chintya, M., & Rismawati, R. (2023). PENGARUH BRAND AMBASSADOR, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING. *Jurnal Ilmu Dan Riset*

Manajemen (JIRM), *12*(7).

Dewi Fadila, Zakaria Wahab, Isnurhadi, dan M. W. (2021). *The Effect of Brand Image, Brand Ambassador, and Product Quality on the Purchase Decision of Mustika Ratu Products (Study on Sriwijaya University Students)*. *Internatio*.

Duha, R., & Siagian, M. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Fitur Produk, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Luar Garis Coffee. *ECo-Buss*, *6*(1), 166–178. https://doi.org/10.32877/eb.v6i1.673

Ekonomi, F., Muhammadiyah, B. U., Kondisi, A., & Metode, K. M. (2022). *Volume . 18 Issue 4 (2022) Pages 826-831 INOVASI : Jurnal Ekonomi , Keuangan dan Manajemen ISSN : 0216-7786 (Print) 2528-1097 (Online) Pengaruh inovasi produk , kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian The influence of produk innovat*. *18*(4), 826–831.

Fauzi, M. R., & Mandala, K. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Inovasi Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. *8*(11), 6741–6761.

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.

Fillayata, V. E., & Mukaram, M. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Road Café Steak & Pasta Bandung). *Industrial Research Workshop and National Seminar*, *11*(1), 969–976.

Hasbullah & Munchtar. (2022). Pengaruh inovasi produk , kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian Ms Glow. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, *18*(4), 826–831.

Jauhari, I. (2020). Pengaruh Diferensiasi Produk, Ekuitas Merek Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik Korea Selatan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, *25*(3), 226–237. https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i3.2592

Joan, V. (2022). *Produk Kecantikan Tembus Transaksi Rp210 Miliar, Brand Lokal Terfavorit*. Compas.Co.Id.

Kolinug, M. S., Mananeke, L., & Tampenawas, J. (2022). Pengarug Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *10*(3), 101. https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41293

Kumparan. (2021) *Profil Perusahaan Scarlett Whitening yang Dibangun Felicya Angelista.*

Maulana, A., & Lestariningsih, M. (2022). Pengaruh Harga, Brand Ambassador Dan Kualitas ProdukTerhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *11*(9), 1–17.

Medi Tri Purwanto, Ulul Absor, dan W. Y. (2022). *Pengaruh Inovasi Produk*

Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Mellui Word Of Mouth Di Kabupaten Brebes.

Montolalu, N. A., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital. *Jurnal EMBA*, *2*(4), 272–275.

Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020a). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *5*(2), 1–20.

Ningrum, S., Fitra, V. D., & Sanjaya, V. F. (2020). *Pengaruh inovasi Produk , Keunggulan Bersaing , dan Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran*. *5*, 1–9.

Nuri. (2023). *Profil Scarlett Whitening dan Produk-produknya, Bisnis Felicya Angelista yang Diisukan Pro Israel*. Rukita. https://www.rukita.co/stories/scarlett

Okhtavia, R., & Setiawan, M. B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Olahraga NIKE (Studi Pada Pengguna Sepatu Olahraga NIKE di Kota Kendal). *SEIKO : Journal of Management & Business*, *4*(3), 357–369. https://doi.org/10.37531/sejaman.vxix.357

Osak, D. J., & Pasharibu, Y. (2020a). Pengaruh Brand Ambasador Dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Mediasi Brand Awareness. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana 9.4 (2020):357-380*, *9*(4), 357–380.

Pradhitasya, A., Hasanah, Y. N., & Ur. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow Di Shopee. *Jurnal Ekonomi Efektif*, *6*(1), 9–18.

Pratama, C. A., & Rakhman, A. (2022a). Pengaruh brand ambassador, kepuasan pelanggan dan brand awareness terhadap keputusan pembelian produk acne care Scarlett whitening di Kelapa Gading, Jakarta Utara. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, *11*(2), 621–628.

Produk, P. I., Produk, K., Citra, D., Terhadap, M., Pembelian, K., & Asus, S. (2021). *Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone ASUS di Bekasi*. *15*(01), 48–52.

Purwanto, M. T., Absor, U., & Yuliastuti, W. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Melalui Word Of Mouth Di Kabupaten Brebes. *Jurnal Strategik*, *10*(1), 5.

Rachman, T. (2021). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone ASUS di Bekasi. *Jurnal Pelita Ilmu*, *15*(01), 48–52.

Rahellea, S. L., & Rianto, M. R. (2023). Literatur Review: Pengaruh Kualitas Produk,

Harga dan Loyalitas terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Nako . *Studi Ilmu Manajemen Dan Organisasi*, *4*(1 SE-Articles), 63–73. https://doi.org/10.35912/simo.v4i1.1782

Ramadhani, R. I., Sudarwati, S., Hamidah, R. A., & Sulistyowati, A. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Terhadap Konsumen Scarlett Whitening Surakarta). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, *6*(1), 515. https://doi.org/10.29040/jie.v6i1.4539

Rizka Indiswari Ramadhani, Sudarwati Sudarwati, R. A. H. (2022). *Pengaruh Inovasi Produk, Brand Image dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus terhadap Konsumen Scarlett Whitening Surakarta)*.

Royan, F. M. (2004). *Marketing Selebrities: Selebriti dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan diri Sendiri*. Jakarta Elex Media Komputindo.

Sihombing, N. E., Gultom, C. O., Dan, P., Harga, K., Loyalitas, T., Pada, K., Pengguna, M., Konsumen, L., Konsumen, L., Konsumen, L., & Produk, K. (2022). *PENGARUH INOVASI PRODUK , KUALITAS PRODUK D A N KESESUAIAN HARGA TERHADAP LOYALITAS K O N S U M E N PADA MAHASISWI PENGGUNA HAIR CARE PENDAHULUAN : Mempunyai rambut yang sehat dan terawat dengan baik sangat didambakan oleh para wanita . Di tengah perkemba*. 42–57.

Studi, N., Pengguna, P., & Olahraga, S. (2022). *SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek , Dan Inovasi Produk*. *4*(3), 357–369. https://doi.org/10.37531/sejaman.vxix.357

Syahirah, S., & Eveliene, J. A. S. (2023). Strategi Marketing Public Relations Scarlett Whitening Dalam Membangun Citra Melalui Endorsement. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi Universitas Mataram*, *4*(1), 45–53.

Tabelessy, W. (2021a). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen. *Soso-Q Jurnal Manajemen*, *9*(2), 15–27.

Tarmidi, D., Prince, Y., Dosinaen, R. P., Siahaan, S. A., Azzadi, M. T., Angel, G., & Napitupulu, S. (2021). The Effect of Product Innovation and Price on Purchasing Decisions on Shopee Users in Bandung in 2021 (Case Study on Electronic Products Labeled Shipping from Overseas). *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, *12*(4), 747–753.

Ummat, R., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, *4*(6), 2279–2291.

Utami, D. I., & Hidayah, N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualiatas Produk, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, *1*(04), 102–111. https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.159

Vidananda, N. K. P., & Setiawan, P. Y. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan*

Kualitas Produk Terhadap Kinerja Perusahaan Di Larissa Aesthetic Center Denpasar. *10*(4), 333–352.

Widjaja, Y. R., & Wildan. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *Jurnal Sains Manajemen*, *5*(1), 1–13. https://doi.org/10.51977/sainsm.v5i1.1007