

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Abdurachman. (2024). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MENIMBULKAN KECENDERUNGAN MINAT BELI KONSUMEN SARUNG (Studi Perilaku Konsumen Sarung di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(1), pp.34-53.
- Abidin, Z., & Triono, L. D. (2020). Fresh frozen fish consumer behavior: Effect of the mix and trust marketing on buying interest, purchase decision and customer satisfaction in E-commerce, silly fish Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 493(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/493/1/012041>
- Adnyani, N. P. M., & Prianthara, I. B. T. (2024). Purchase Intention among Generation Z: product innovation, green marketing, brand awarness, and brand image. *Eduvest - Journal of Universal Studies*, 4(6), 4698–4713. <https://doi.org/10.59188/eduvest.v4i6.1155>
- Afriyanti, T., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Inovasi Produk, Kemasan, Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ice Cream Aice Di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 2(3), 270. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v2i3.7333>
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas Dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika Unand*, 8(1), 179.
- Andarista, F., Santi Hariyani, D., & Ula Ananta Fauzi, R. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Promosi Terhadap Minat Beli Brand Erigo Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Current Research in Business and Economics*, 01(02), 36–44.
- Apriliani, C. (2022). Pengaruh Metode Scramble Terhadap Kemampuan Membaca Permulaan Huruf Braille Pada Siswa Tunanetra Di Sdlb Slb Negeri a Pajajaran Kota Bandung Skripsi. *Skripsi*, 28–50.
- Ardiansyah, F. (2021). Pengaruh Viral Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Minat Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna Instagram Kota Malang. 09, 303–311.
- Arifin, Z., & Frmanzah. (2015). The Effect of Dynamic Capability to Technology Adoption and its Determinant Factors for Improving Firm's Performance; Toward a Conceptual Model. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 207, 786–796. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.10.168>
- Astuti, N. W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Country Of Origin , Dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Viva Cosmetics Pada Konsumen. *Journal of Sharia Economy and Islamic Tourism*, 1(4), 1–11.
- Ayuna Ginanjar, A., & Seiawati, C. I. (2022). Pengaruh Corporate Rebranding dan Inovasi Produk Pegadaian Digital Service (PDS) terhadap Brand Image PT Pegadaian di Kota dan Kabupaten Bandung. *Economics and Digital Business Review*, 3(2), 313–325.
- Bazaar.UK. (2024). *Mari Intip Tren Industri Kecantikan di Tahun 2024*. <https://harpersbazaar.co.id/articles/read/12/2023/19809/mari-intip-tren-industri-kecantikan-di-tahun-2024>
- Binter, U. (2019). *Influence of Online Marketing Strategies on the Sales Success of B2B Companies*. Vienna University.
- Budiarti. (2024). Pengaruh Brand Ambassador , Brand Image, Brand Trust, dan E-Wom terhadap Purchase Intention Produk Skincare Avoskin (Studi pada Pengguna

- Skincare Avoskin di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 6093–6104.
- Busyra, N. (2023). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen di Era New Normal. *Jurnal EMT KITA*, 7(1), 83–89. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.739>
- Chang, C. H. (2019). Do green motives influence green product innovation? The mediating role of green value co-creation. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(2), 330–340.
- Chernev, A. (2020). *Strategic Brand Management*. Cerebellum Press.
- Chofiyatun, S. N. (2020). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *STIE Putra Bangsa Kebumen*.
- Claudia Pintubatu. (2021). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Ambassado Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia*.
- Coaker, willie. (2021). *Branding with images : The ultimate guide to grow your bussiness with images*.
- Compas.co.id. (2022). *5 Brand Skincare Indonesia dan Popularitasnya di E-commerce*. <https://compas.co.id/article/brand-skincare-indonesia/>
- Daya.id. (2023). *Perkembangan Brand Skincare Lokal 2022*. <https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/pengembangan-diri/perkembangan-industri-kecantikan-bagian-2->
- Dede, S., Totok Suyoto, Y., Sjarief, R., & Marwansyah, S. (2023). The Effects of Brand Ambassador and Trust on Purchase Decisions through Social Media . *International Journal of Data and Network Science* , 7(1), 433–438.
- Dove, U. (2024). *Mengapa Body Care Sangat Penting Bagi Kulit?* <https://www.dove.com/id/stories/tips-and-how-to/tips-keringat/manfaat-body-care-untuk-kulit.html>
- Dr. Anang Firmansyah, S. E. M. M. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek*.
- Effendy, F., Hurriyati, R., & Wibowo3, L. A. (2020). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Analisis Pengaruh Celebrity Endorser dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo dengan Intervening Brand Image marketing dilakukan untuk mendukung menggunakan b. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 11(2), 164–165. <https://doi.org/10.17509/jimb.v11i2.24444>
- Erika Dwi Putri, Arifah Hidayati, & Veny Puspita. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Boy Group EXO dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Skincare Scarlett Whitening dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Economic Reviews Journal*, 3(3), 2300–2312. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i3.364>
- Ezeudjuji, I. O., & Mhlongo, P. S. (2019). Tourists' Perceptions of a Destination Brand Image: KwaZulu-Natal, South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(4), 1–11.
- Fasha, F. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.840>
- Ferdinand, A. (2006). *pengembangan minat beli merek ekstensi*.
- Fimela.com. (2023). *5 Skincare Wajib Buat Para Pekerja Kantoran, Biar Sukses Curi Perhatian di Berbagai Kesempatan*. <https://www.fimela.com/beauty/read/5227185/5-skincare-wajib-buat-para-pekerja-kantor-an-biar-sukses-curi-perhatian-di-berbagai-kesempatan?page=6>
- Galih Valentino Aji. (2024). *Pengaruh Negara Asal dan Getok Tular Elektronik terhadap Minat Beli Sepatu Adidas yang di Mediasi oleh Citra Merek*.
- gaya beauty. (2023). *Scarlett Perkenalkan Grup K-Pop EXO sebagai Glow Ambassador Mereka*. <https://www.medcom.id/gaya/beauty/ybDrxrAK-scarlett-perkenalkan-grup->

- k-pop-exo-sebagai-glow-ambassador-mereka
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Teknik, Aplikasi Menggunakan Smartpls 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Pearson Education.
- Hair, J. F., Jr., M. S., Ringle, C. M., & Gudergan, S. P. (2017). *Advance Issues In Partial Least Squares Structural Equation Modeling*.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (Sem) Berbaris Varian: Konsep Dasar Dan Aplikasi Dengan Program Smartpls 3.2.8 Dalam Riset Bisnis*. Pt Inkubator Penulis Indonesia.
- Hanifah Hasna. (2023). Perilaku Konsumen Dalam Pembelian. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Vol. 7, Issue 2).
- Hariyadi, O. M. D. A. P. P. G. T. (2024). *MARKETING PADA MINAT BELI KONSUMEN PRODUK JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 8(2), 2161–2185.
- Hariyanto, A. N. (2024). *Pengaruh Brand Ambassador dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Produk Scarlett di Shopee*.
- Hofmann, M., & Giones, F. (2019). *Entrepreneurship as an Innovation Driver in an Industrial Ecosystem*. *FGF Studies in Small Business and Entrepreneurship*.
- Idris, A. A., Andharani, S. N., & Fiandari, Y. R. (2024). The Influence of ITZY Brand Ambassador on The Purchase Intention of Ultra Milk Products Through Brand Image as a Mediating Variable. *Jamanika (Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan)*, 4(01), 91–97. <https://doi.org/10.22219/jamanika.v4i01.32529>
- inilah.com. (2023). *Kesadaran Masyarakat akan Pentingnya Perawatan Kulit Meningkatkan Pesat*. <https://www.inilah.com/kesadaran-masyarakat-akan-pentingnya-perawatan-kulit-meningkat-dengan-pesat>
- Jacob. (2024). *Pentingnya Branding Image dalam Persaingan Pasar*. <https://taptalk.io/blog/branding-image>
- Kompas.id. (2024). *Tren Generasi Z dan Milenial Berbelanja Kosmetik*. Kompas.Id. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2024/08/07/tren-generasi-z-dan-milenial-berbelanja-kosmetik>
- Kompas.pedia. (2021). *Kota Tangerang Selatan: Dari Kota Anggrek Hingga Pusat Hunian dan Perdagangan*. <https://kompaspedia.kompas.id/baca/profil/daerah/kota-tangerang-selatan-dari-kota-anggrek-hingga-pusat-hunian-dan-perdagangan>
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.
- Kusumayanti. (2023). *PENGARUH BRAND AMBASSADORTERHADAP MINAT BELIPRODUK KECANTIKAN MS GLOW*. <https://e-journal.institutabdullahsaid.ac.id/index.php/jurnal-al-amal/article/view/171/95>
- Lea-Greenwood, & Gaynor. (2012). *Fashion Marketing Communications*. Somerset, . USA Wiley.
- Lestari, H. (2019). Pengaruh Brand Ambassador dan korean wave terhadap citra merek serta dampaknya pada keputusan pembelian. *Administrasi Bisnis*, 66(1), 255.
- Maulana, Y. S., & Alisha, A. (2020). Inovasi Produk dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Restoran Ichi Bento Cabang Kota Banjar). *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(1), 86. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i1.1313>
- Mcpheron, & Abbey. (2021). *Growing Your Business: Brand Image and The Secrets to Success: How to Use Images to Grow Influence*. Independently published.
- Md Shaikh Farid, Alessio Cavicchi, Md Mostafizur Rahman, & Swarup Barua. (2023). Assessment of marketing mix associated with consumer's purchase intention of dairy products in Bangladesh: Application of an extended theory of planned behavior. *Heliyon*, 9(6), 1–11.
- Medcom.id. (2022). *Orang Indonesia Paling Suka Beli Produk Selfcare via Ecommerce*. <https://www.medcom.id/teknologi/news-teknologi/MkMPPVjb-orang-indonesia-paling-suka-beli-produk-selfcare-via-ecommerce>

- Medium. (2023). *Mengapa Scarlett Whitening Sukses Besar?* merdeka.com. (2023). *Ternyata India & Indonesia Jadi Negara Penikmat Konten Korea Tertinggi di Asia*. <https://www.merdeka.com/uang/ternyata-india-amp-indonesia-jadi-negara-penikmat-konten-korea-tertinggi-di-asia.html>
- Mookda, R., Khan, S. W., Intasuwan, S., & Chotchoung, S. (2020). The Effect of Celebrity Endorsement on Consumer Purchase Intention: The Mediating Role of Brand Loyalty. *International Journal of Scientific and Research Publications (IJSRP)*, 10(06), 1016–1021. <https://doi.org/10.29322/ijsrp.10.06.2020.p102123>
- Muhammad Ikhsan Putra, Suharyono, & Yusri Abdillah. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(1), 1–10.
- muslim, sarah amalia. (2020). *PENGARUH PENGGUNAAN BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE IDOL K-POP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Perusahaan E-commerce Tokopedia)*.
- Mustofa, M. A. W. (2023). Penerapan Computer Science Unplugged (Cs Unplugged) Pada Mata Pelajaran Komputer Dan Jaringan Dasar Guna Meningkatkan Kemampuan Berpikir Logis Siswa. *Universitas Pendidikan Indonesia*, 2017, 29–41.
- Nofiwaty, N., Fitrianto, E. M., & Isnawati, I. (2020). Brand Ambassador and the Effect to Consumer Decision on Online Marketplace in Indonesia. *SRIWIJAYA INTERNATIONAL JOURNAL OF DYNAMIC ECONOMICS AND BUSINESS*, 21–30. <https://doi.org/10.29259/sijdeb.v4i1.21-30>
- Noorfajarsari, A., Dharta, Y. F., & Rifai, M. (2023). Pengaruh Shenina Cinnamon sebagai Brand Ambassador Barenbliss terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 4342–4350.
- Novita, M. (2022). *pengaruh inovasi produk, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada usaha kerajinan rotan*.
- Nurapipah, A., Arisman, H. A., & Arif. (2024). The Influence Of Brand Ambassador And Brand Image On The Decision To Purchase Body Lotion Scarlett Whitening (Survey of Scarlett Whitening Consumers in Tasikmalaya City). *Journal of Management, Economic, and Accounting*, 3(2), 213–226. <https://doi.org/10.37676/jmea.v3i2.380>
- Oktavia, S. S. (2024). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINCARE SKINTIFIC (Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)*.
- orami.co.id. (2022). *Review Scarlett Whitening Body Lotion Freshy oleh Moms Orami, Wanginya Segar dan Tahan Lama!*
- Pahala, Y., Widodo, S., Kadarwati, Azhari, M., Mulyati, Lestari, N. I., Madjid, S. A., Sidjabat, S., Limakrisna, N., & Endri, E. (2021). The effects of service operation engineering and green marketing on consumer buying interest. *Uncertain Supply Chain Management*, 9(3), 603–608. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2021.5.011>
- Peronika, N., Junaidi, & Maryadi, Y. (2020). Pengaruh brand image terhadap minat beli produk kosmetik wardah di kota pagar alam (Studi Pada Masyarakat Pengguna Kosmetika Wardah di Kota Pagar Alam). *Jurnal Ekonomia*, 10(1), 83–93.
- Pertiwi, N. (2022). Pengaruh content marketing terhadap keputusan pembelian dengan brand awarness sebagai variabel intervening. *Universitas Pembangunan Jaya*.
- Prasastisiwi, A. H. (2024). *Fenomena Musik Korea: Indonesia Tempati Posisi Ke-3 Pasar K-Pop Dunia*. <https://goodstats.id/article/fenomena-musik-korea-indonesia-tempati-posisi-ke-3-dalam-pasar-k-pop-dunia-gcIpb>
- Purwanto, A., & Sudargini, Y. (2021). *Partial Least Squares Structural Sqaution Modeling (Pls-Sem) Analysis For Social And Management Research : A Literature Review*. *Journal Of Industrial Engineering & Management Research*, 2(4), 114–123.

- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.526>
- Puspitasari, N., Aphrodite, N., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Promosi, Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Beli Produk Somethinc. *Warta Dharmawangsa*, 17(1), 302–314. <https://doi.org/10.46576/wdw.v17i1.2943>
- Putri, K. S. (2023). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Brand Image Dan Brand Awareness (Pada Pengguna Produk MS Glow). *Fakultas Humaniora Dan Bisnis Universitas Pembangunan Jaya*, 4(1), 88–100.
- PUTRI, S. Y. (2024). *PENGARUH INOVASI PRODUK, CITRA MEREK, LABEL HALAL DAN RELIGIOSITAS TERHADAP MINAT BELI (STUDI PADA PRODUK SKINCARE LOKAL SCARLETT WHITENING)*.
- Rachmat, M., & Ariyanti, M. (n.d.). Exploring The Influence Of Social Media Marketing On Brand Trust, Brand Image, And Brand Loyalty For Fore Coffee. In *International Journal of Science*. <http://ijstm.inarah.co.id>
- Ramadhani, A., & Insani, N. (2023). Celebrity Endorsements and Brand Attitudes Toward Buying Interest. *International Journal of Social Science and Business*, 7(2), 305–312. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v7i2.47383>
- Ramdani, S., Danial, R. D. M., & Norisanti, N. (2021). Minat Beli Berdasarkan Creative Promotion dan Inovasi Produk. *BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting*, 2(2), 462–469. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v2i2.1755>
- Revitasari, D. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador dan 6 Tagline terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Manajemen 2018 di Universitas PGRI Adibuana Surabaya*.
- Ribut Muji Wahono, & Ely Masykuroh. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Daya Saing Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Nganjuk Yos Sudarso. *Falahiya: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(2), 156–172. <https://doi.org/10.21154/falahiya.v1i2.952>
- Rifa'i Maksun, A., Arifin, R., & Hufron, M. (2018). Pengaruh Brand Ambassador dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna OPPO Smartphone Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Islam Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 7(12), 1–11.
- Sanny, L., Arina, A. N., Maulidya, R. T., & Pertiwi, R. P. (2020). Purchase intention on Indonesia male's skin care by social media marketing effect towards brand image and brand trust. *Management Science Letters*, 2139–2146. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.3.023>
- Saputra. (2023). Pengaruh User Interface dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature). *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 18–25. <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1.115>
- Savitri, C., Hurriyati, R., Wibowo, L. A., & Hendrayati, H. (2021). The role of social media marketing and brand image on smartphone purchase intention. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 185–192. <https://doi.org/10.5267/J.IJDNS.2021.9.009>
- ScarlettWhitening.com. (2024). *Profile Scarlett*. <https://scarlettwhitening.com/#TentangKami>
- Simbolon, Y. and M. (2022). *PENGARUH DUTA MEREK TERHADAP MINAT BELI DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI TOKOPEDIA DI KOTA SEMARANG)*.
- Sri Sayekti. (2023). *Scarlett Gandeng EXO sebagai New Glow Ambassador, Lebih Dekat*

- pada Penggemar KPOP*. Press Release.Id.
<https://pressrelease.kontan.co.id/news/scarlett-gandeng-exo-sebagai-new-glow-ambassador-lebih-dekat-pada-penggemar-kpop>
- Sriber, S. (2023). *Tren Perawatan Kulit Utama: Perawatan Kulit Pria, Produk Terbaik, dan Kaitannya dengan Kesehatan Mental*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.
- Suleman, D., Suyoto, Y. T., Sjarief, R., Sabil, S., Marwansyah, S., Adawia, P. R., & Puspasari, A. (2023). The effects of brand ambassador and trust on purchase decisions through social media. *International Journal of Data and Network Science*, 7(1), 433–438. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.9.003>
- Sunarjo, W. A. (n.d.). *Buku Ajar Manajemen Inovasi*.
<https://www.researchgate.net/publication/379188892>
- Swara, R. P., & Aisah, S. (2023). Pengaruh Brand Ambassador OH SE-HUN dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Whitelab di Kota Surabaya. *Journal Of Social Science Research*, 3(3), 9901–9908.
- Takaya Rowlan. (n.d.). *The Effect Of Celebrity Endorsment On Brand Image And Trust Brand And It's Impact To Purchaseintention Case Study: Oppo Smartphone Rowlan Takaya Masters in Management Program*.
- Tambunan, S. A., & Parhusip, A. A. (2023). Pengaruh brand image dan celebrity endorser terhadap minat beli produk skincare Ms Glow. *Co-Creation : Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Bisnis*, 1(4), 146–154.
<https://doi.org/10.55904/cocreation.v1i4.625>
- Tarigan, P. S., Wahyono, D., Kusumawardhani, T., Sairdama, S. S., & Nugraha, A. R. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Make Over. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1431–1439. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1352>
- Techverse.Asia. (2023). *Produk Skincare Asli Indonesia Scarlett Tunjuk Boyband EXO Sebagai Brand Ambassador*.
- Topics, E. (2024). *Daftar Statistik Industri Kecantikan Terlengkap (2024)*. Exploding Topics. <https://explodingtopics.com/blog/beauty-industry-stats>
- Tria, E. D., & Syah, T. A. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Pada Pelanggan Rita Pasaraya Cilacap. *Citizen : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 1(2), 84–94. <https://doi.org/10.53866/jimi.v1i2.8>
- Umar, A., Liesl, R., Himawan, N., & Mustikasari, F. (2022). The Influence of Korean Brand Ambassador on Hedonic Shopping Motivation moderated by Fanaticism toward Impulsive Buying Behavior in E-commerce. *Proceedings of the 3rd Asia Pacific International Conference on Industrial Engineering and Operations Management, Johor Bahru, Malaysia*.
- Violita, D. R., Djatola, H. R., & Nurhadi, N. (2024). Pengaruh Inovasi Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Scarlett di Kota Palu The Influence of Product Innovation and Brand Image on Purchasing Decisions for Scarlett Skincare Products in Palu City. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(2), 861–866.
<https://doi.org/10.56338/jks.v2i1.654>
- Wijaya, A. T. (2022). *Analisis Pengaruh Inovasi Varian Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Intention To Buy Produk Mie Samyang Melalui Variabel Intervening Citra Merek*.
- Wu, W. Y., Do, T. Y., Nguyen, P. T., Anridho, N., & Vu, M. Q. (2020). An integrated framework of customer-based brand equity and theory of planned behavior: A meta-analysis approach. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 371–381. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO8.371>
- Wulandari, S. P., Hutauruk, W. R., & Prasetyaningtyas, S. W. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Purchase Intention Yang Dimediasi Brand Image Dan Brand Awareness. ... *Manajemen Dan ...*, 12(2), 127–137.

- Yefriatma, M. V. (n.d.). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Inovasi Terhadap Minat Beli Motor Merek Yamaha Nmax Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Universitas Putra Indonesia “ Yptk ” Padang)*. 24–28.
- Zahra, F., Rianto, M. R., Woestho, C., Bukhari, E., & Widjanarko, W. (2024). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Skincare Somethinc di Kota Bekasi. *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management (IJESM)*, 2(1), 598–616.
- Zap. (2020). *Zap Beauty Index 2019*. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgglefindmkaj/https://zapclinic.com/files/ZAP_Beauty_Index_Agustus_2020.pdf
- Zilfiyah silmi, N. Rachma, M. H. (2019). Prodi: Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 7(2015), 121–135.

