

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, K. R. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian*. <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/165431>
- Adawiyah, R. (2021). *Fesyen, makanan, dan musik K-Pop terpopuler di Indonesia*. <https://lokadata.id/artikel/fesyen-makanan-dan-musik-k-pop-terpopuler-di-indonesia>
- Adriana, T., Ellitan, L., & Lukito, R. S. H. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Pada Scarlett- Whitening Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen : JUMMA*, 11(1), 21–29. <https://doi.org/10.33508/jumma.v11i1.3947>
- Aliffia, S., & Purnama, H. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador Song Joong-Ki Terhadap Brand Image Scarlett Whitening*. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/17579>
- Alifiyah, & Tri. (2022). *Pengaruh Brand image Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening*. 9, 2124. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/18299/17878>
- Anggraeni, E. Dwi. (2020). *Pengaruh Advertising Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Pada Konsumen Produk Pembalut Charm Di Kota Depok*. <http://inobis.org/ojs/index.php/jurnal-inobis/article/view/148/124>
- Anshori, M. , & I. S. (2019). *Metodologi penelitian kuantitatif* (1st ed.). Airlangga University Press.

- Business. (2022). *Registrasi Kosmetik di Indonesia*.
cekindo.com/id/layanan/registrasi-kosmetik-indonesia
- Compas. (2021). *10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace*.
<https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>
- Daulay, A. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Brand Image (Survey Padasabun Antiseptik Lifebuoy Di Kelurahan Gedung Johor)*.
http://repository.umsu.ac.id/bitstream/handle/123456789/15593/Skripsi_%20Akbaruddinsyah%20Daulay%20Fix-1.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Farooq, M. S. , Salam, M. , Fayolle, A. , Jaafar, N. , & Ayuup, K. (2018). *Impact of Service Quality On Customer Satisfaction in Malaysia airlines : A PLS-SEM approach*. 169–180.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0969699717304076>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (1st ed.). CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
- Fundrika, B. A. (2022). *Skincare Lokal Kian Diminati, Merek Baru Terus Bermunculan*.
<https://www.suara.com/lifestyle/2022/03/29/160500/skincare-lokal-kian-diminati-merek-baru-terus-bermunculan>
- Ghozali, I., & Hengky, L. (2021). *Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F. , Hult, G. T. M. , Ringle, C. M. , & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (2 ed.)*. Thousand Oaks, CA.

- Hair Jr, J. F. , Black, W. C. , Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis 9th Edition*,.
- Hermiyenti, S., & Wardi, Y. (2019). *A Literature Review on the Influence of Promotion, Price and Brand Image to Purchase Decision*.
- Iswanto dan Sanaji. (2021). *Pengaruh Perbedaan Karakteristik Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ruangguru*.
https://www.academia.edu/79107180/Pengaruh_Perbedaan_Karakteristik_Brand_Ambassador_terhadap_Keputusan_Pembelian_Konsumen_Ruangguru?from=cover_page
- Junaidi. (2021). *Aplikasi Amos dan Structural Equation Model (SEM)*. UPT Unhas Press.
- Kotler, Philip. ,Keller, K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Ebook : Pearson.
- Maheswari, R. (2021). *Berbeda dengan Song Joong Ki yang Dapat Dukungan, TWICE Tuai Kecaman Usai Jadi Star Ambassador Skincare*.
<https://www.harianhaluan.com/hiburan/pr-101495188/berbeda-dengan-song-joong-ki-yang-dapat-dukkungan-twice-tuai-kecaman-usai-jadi-star-ambassador-skincare>
- Maulana, A., & Lestariningsih, M. (2022). *Pengaruh Harga, Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening*.
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4881/4894>
- Mawadah, E. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Kesadaran Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Di Tokopedia Dengan Citra Merek Sebagai Intervening*.
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/54277>

Nayami, & Maisyura. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Malikussaleh*. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 95–114. <https://ojs.unimal.ac.id/na/article/view/7728/pdf>

Ningsi, W. P. W., & Ekowati, S. (2021). *Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow*. <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2672989&val=24603&title>

Nofa, W. K., & Hapsari, D. A. P. (2021). *Penerimaan Teknologi Studentsite Menggunakan The Structural Equation Modelling (SEM) pada Universitas Gunadarma*. 1. <https://studentsite.gunadarma.ac.id>.

Onalisa, Evi., Basalamah, M. R., Dianawati, Eris. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Harga, Scarlett Whitening Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Remaja Pengguna Scarlett whiteningdi Kota Sumenep)*. <http://repository.unisma.ac.id/handle/123456789/5137>

Owaldo, I. (2022, March 14). *Jumlah Penduduk Indonesia Capai 273 Juta, Terbanyak Ada di Mana?* <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5981874/jumlah-penduduk-indonesia-capai-273-juta-terbanyak-ada-di-mana>

Prasetyo, P., & Utama, A. (2018). *Brand Ambassador Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek (Studi Kasus Pada XI Axiata Di Pelajar Dan Mahasiswa Yogyakarta)*.

<https://journal.student.uny.ac.id/index.php/jmbi/article/view/13265/128>

18

Probosini, D. A., Hidayat, N., & Yusuf, M. (2021). *Pengaruh Promosi dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Market*

Place X dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening (Vol. 2, Issue 2). <http://pub.unj.ac.id/index.php/jbmk/article/view/268>

Putri, L. A. (2020). *Dampak Korea Wave Terhadap Prilaku Remaja Di Era Globalisasi*.
<https://ejournal.uinsuska.ac.id/index.php/alittizaan/article/view/10187/5469>

Rossiter, J. R., & Percy. (1997). *Advertising and Promotion Management*. Mc Graw-Hill Book Company.

Sadya, S. (2022). *Sebanyak 45% Masyarakat Indonesia Beli Skincare Sebulan Sekali*. <https://dataindonesia.id/>

Safitri, N. (2022). *Kolaborasi Scarlett Whitening dan Song Joong Ki sebagai Brand Ambassador*.
<https://www.kompasiana.com/noviasafitri2183/61d701732da2374c787ad2c3/kolaborasi-scarlett-whitening-dan-song-joong-ki-sebagai-brand-ambassador>

Samosir, L. S., Putri, Y. R., & Nurfebiaraning, S. (2016). *Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra Terhadap Putusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Bandung Effects Of The Use Of Dewi Sandra As Wardah Brand Ambassador On The Decision To Purchase Wardah Cosmetics In Bandung*.
<https://journals.itb.ac.id/index.php/sostek/article/view/2106>

Sangadji, E. M. , & Sopiah. (2020). *Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis disertai*. Himpunan Jurnal Penelitian.

Sterie, W. G. , Massie, J. D. D. , & Soepono.D. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado*.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*.

Usman, O., & Aryani, Y. (2020). *The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, Product Quality, and Price on Purchase Intention*.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.3511672>

Wong. (2019). *Mastering Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM) with SmartPLS in 38 Hours*. 37–39.

