

DAFTAR PUSTAKA

- Andarista, F., Hariyani, S. D., & Fauzi, U. 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*, 36-44.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tamapenawas, J. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia. *Jurnal EMBA*, 663-674.
- Annur, C. M. (2023, November 09). *Ragam Produk yang Paling Banyak Dibeli Konsumen Perempuan Saat Harbolnas (2023)*. Diambil kembali dari databoks.katadata: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023>
- APJII. (2023, Oktober 06). *Survei Internet APJII 2023*. Diambil kembali dari survei.apjii: <https://survei.apjii.or.id/home>
- Ashari, S., & Darmastuti, I. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada Smartphone Advan. *Diponegoro Journal of Management*, 1-15.
- Budi, F. S. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger (Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 1-15.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Makassar: Global Research and Consulting Institute.
- Duryadi. (2021). *Metode Penelitian Ilmiah (Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunkan SmartPLS)*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Fatimaningrum, S. R., Susanto, & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *JIMEA*, 176-188.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Haerudin. (2023). *Pedoman Penyusunan Skripsi Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. Semarang: Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Hamid, S. R., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian*. Jakarta Pusat: PT Inkubator Penulis Indonesia.

- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., . . . Istiqomah, R. R. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Kuningan: Penerbit Insania.
- Kala', F. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Susu Hilo. Makasar: *Skripsi Universitas Hasanuddin*.
- Karina, P. (2023, September 15). *Total Penjualan Brand Ambassador Scarlett Whitening*. Diambil kembali dari Marketers: <https://www.marketers.com/Total-penjualan-brand-ambassador-scarlettwhitening/2023>
- Kok, W., Yeni, A., Kelvin, Pratama, V., Koasih, S., & Alianza, V. F. (2021). The Role of Brand Ambassador, Event Marketing and Digital Marketing on Purcase Decisions User Shopee. *BIRCI Jurnal*, 4804-4814.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles Marketing (seventeenth edition)*. Italy: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Amerika: Pearson.
- Lea Greenwood, G. (2013). *Fashion Marketing Communication*. Singapore: Wiley Production.
- Maksum, A. R., Arifin, R., & Hufon, M. (2018). Pengaruh Brand Ambassador dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Manajemen*, 49-60.
- Maryati, & Khoiri, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 542-550..
- Nababan, J. S., & Soesanto, H. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Fladeo Ladies di Jakarta). *Diponegoro Journal of Management*, 58-69.
- Nanda, S. (2023, Juli 13). *Contoh dan Cara Penulisan Daftar Pustaka Menurut APA Style*. Diambil kembali dari brainacademy: <https://www.brainacademy.id/blog/menyusun-daftar-pustaka>
- Osak, D. J., & Pasharibu, Y. (2020). Pengaruh Brand Ambassador dan Tag Line Terhadap Keputusan Pembelian Online dengan Mediasi Brand Awareness. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 357-380.
- Patih, T., & Halistin. (2020). *Structural Equation Modeling*. Banyumas: CV. Pena Persada.

- 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. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Ekonomi*, 445-458.
- Puspita, M. A., Trariyanti, P. M., & Gede, I. K. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Experience Terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan E-Commerce Shopee di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 1152-1167.
- Sadya, S. (2023, Maret 09). *APJII: Pengguna Internet Indonesia 215,63 Juta pada 2017-2023*. Diambil kembali dari dataindonesia: <https://dataindonesia.id/internet/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia>
- Sihombing, P. R., & Arsani, A. M. (2022). *Aplikasi SmartPLS Untuk Sitasi Pemula*. Bekasi: PT Dewangga Energi Internasional.
- Sirotus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, E. S., Kurniawan, P. A., & Wardhana, A. (2022). *Brand Of Marketing : The Branding Art Of Branding*. Pematangsiantar: Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Taufiqah, R., & Sari, O. Y. (2023). Pengaruh Inovasi Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Lokal Serum Scarlet Whitening. *CAKRAWALA-Repositori IMWI*, 352-363.
- Whitening, S. (2023, November 05). *Reveal Your Beauty Scarlett Whiteing*. Diambil kembali dari scarlettwhitening: <https://scarlettwhitening.com/>
- Yusuf, A. (2021). The Influence of Product Innovation and Brand Image on Costumer Purchase Decisions on OPPO Smartphone Products in South Tangerang City. *BIRCI Journal*, 472-481.
- Yusuf, D. A., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Ambassador Kpop NCT Dream Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Mie Lemonilo di Manado. *Jurnal EMBA*, 965-974.