

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2020). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Afifa, F. Z., and Ambarwati S, R. (2024). Analisis Beauty Vlogger, Produk Halal Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Kosmetik Muslimah Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 2077–2094. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3924>
- Agustini, B. R. & O. A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador , Iklan dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli di Tokopedia (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE GICI Depok). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 3937–3951.
- Al-Fatwa, A., Siagian, D., and Dema, Y. (2024). The Role of Brand Image in Mediating the Influence of Brand Ambassador and Electronic Word of Mouth on Purchase Intention on Product Scarlett Whitening. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 115–127. <https://doi.org/10.46806/jm.v13i2.1175>
- Amelia, S. M., Ainun Nisya, S. M., and Muzdalifah, L. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, DanCountry of Origin Terhadap Minat BeliKonsumen. *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 1(1), 143–162.
- Amirullah. (2021). *Prinsip – Prinsip Manajemen Pemasaran, Disusun Sesuai Rencana Pembelajaran Semeste*. Sidoarjo: Indomedia Pustaka.
- Arnelia Agatha, P. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Scarlett Whitening*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Astuti, M., Hosfiar, C. R., and Iswanto, A. H. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek dan E-Wom Terhadap Minat Beli Obat Jamu Masuk Angin Bejo Jahe Merah Di Indonesia. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(10), 4920. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i10.4351>
- Chalil, R. D. (2021). *Brand, Islamic Branding, & Re- Branding: Peran Strategi Merek Dalam Menciptakan Daya Saing Industri Dan Bisnis Global*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Dr. M Haris Effendi, SPd, Ms. (2022). *SMART-PLS*. Jambi: Universitas Jambi.
- Fachri Rizki. (2023). Brand Management: Definisi, Manfaat, dan Perannya dalam Bisnis. Retrieved from <https://markplusinstitute.com> website: <https://markplusinstitute.com/explore/brand-management-adalah>
- Faisal, R., and Damarwati, W. (2023). the Effect of Song Joong Ki As a Brand Ambassador of Scarlett Whitening Products on the Purchase Interest of Students in Korea Language Study Program. *International Journal of Research in Commerce and Management Studies*, 05(01), 125–133.

<https://doi.org/10.38193/ijrcms.2023.5108>

- Fatila, A. N. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Social Media Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi Pada Mahasiswi di Kota Malang). *Manajemen*, 11(12), 25. Retrieved from <http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/15557>
- Ghozali, I. (2021). *Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0*.
- Haque-fawzi, M. G., Iskandar, A. S., and Erlangga, H. (2022). *Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing (17th Editi)*. Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran* (Edisi Keen). Yogyakarta: Andi Publisher.
- Lestari, H. (2018). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN KOREAN WAVE TERHADAP CITRA MEREK*.
- Magda Lena, C. T., and Susanti, Ety Dwi. (2023). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Ambassador terhadap Minat Beli Nacific Dimasa Pandemi Covid-19: *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 982–996. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i2.1505>
- Maharani, O. et. al. (2024). *PERAN BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE DAN VIRAL MARKETING PADA MINAT BELI KONSUMEN PRODUK SKINCARE SCARLETTWHITENING*. 8(2), 2161–2185.
- Manggabarani, A., Husniaty, R., Sari, R., and Dwi, R. (2020). Pengaruh Brand Image, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Produk Fashion Secara Online di Jakarta (Studi Pada Situs Belanja Online Zalora). *Prosiding Biema: Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1, 727–738.
- Mileva, L., H. D. Fauzi, A. 2018. (2018). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian: Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks Menggunakan LINE". *Jurnal. JAB Universitas Brawijaya*.
- NI Effendi et al. (2022). *Strategi Pemasaran*. Sumatera Barat: Global Eksekutif Teknologi.
- Prajogo, W., and Purwanto, E. (2020). *The influence of advertising appeals on viral advertising, brand awareness, and purchase intention: The moderator role of hedonic personality*. 17(1), 19–34. <https://doi.org/10.31106/jema.v17i1.5298>
- Priansa, D. J. (2022). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*.

Bandung: Alfabeta.

- Prisilia, M. N., and Rubiyanti, N. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening Di Jakarta. *E-Proceeding of Management*, 9(3), 1503–1511.
- Prof. Dr. Indrianty Sudirman. SE.M.Si, and Muhammad Ichwan Musa. SE.M.Si. (2023). *Strategi Pemasaran* (Edisi 1; Prof. Dr. Ansar. SE.M.Si, Ed.). Yogyakarta: Intelektual Karya Nusantara.
- Puspitasari, N., Aphrodite, N., and 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 et al. (2021). *Brand Marketing*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Putri Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, ... Khatimah, HusnilFatima Beribe, M. (2021). *Teori Perilaku Konsumen* (Cetakan 1; A. Jibril, Ed.). Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Putri Sabella, V., Agus Hermawan, and Titis Shinta Dhewi. (2022). The Influence of Brand Ambassador and Social Media Marketing on Purchase Intention Through Brand Image (Study on Consumers “ Sang Dewa Snack”). *International Journal Of Humanities Education and Social Sciences (IJHESS)*, 2(1), 120–128. <https://doi.org/10.55227/ijhess.v2i1.217>
- Rahmawati. (2022). *APA SAJA VARIABEL PENELITIAN DALAM BIDANG MARKETING ??? (PANDUAN BAGI PENELITI PEMULA)*. Samarinda: Mulawarman University PRESS.
- Rosari, T. L., and Simamora, B. (2024). The power of brand ambassador Twice influences brand image and purchase intention on Scarlett Whitening beauty products. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, 31(1), 41–52. <https://doi.org/10.46806/jep.v31i1.1133>
- Santoso, D. A., Erdiansyah, R., and Pribadi, M. A. (2019). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Innisfree. *Prologia*, 2(2), 286. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3589>
- Singh, S., & Diamond, stephanie. (2020). *Social Media Marketing For Dummies*. John wiley & Sons, inc.
- Sudirman et al. (2024). *Manajemen Merek* (Evi Damayanti, Ed.). Bandung: WIDINA MEDIA UTAMA.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (edisi Cet2). Bandung: Alfabeta.
- Sulistyowati, D. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorses, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Scarlett Whitening di Kota Surakarta)*. Universitas Islam Negeri Raden Mas

Said Surakarta.

- Supriyadi, M. E. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Kemasan Produk Terhadap Minat Beli Produk Skincare Somethinc. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 135–149. <https://doi.org/10.56127/jekma.v2i2.742>
- Susanto, S. V., Sari, A., and Ambarwati, D. A. S. (2023). The Influence of Brand Image and Brand Ambassador on Intention to Purchase Scarlett Whitening Products. *Asian Journal of Applied Business and Management*, 2(4), 517–526. <https://doi.org/10.55927/ajabm.v2i4.6703>
- Taan, H., Radji, D. L., and Rasjid, H. (2021). *SEIKO : Journal of Management & Business Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image Abstrak*. 4(1), 315–330. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i1.1268>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Ulfithroh, N. (2023). *Strategi Pemasaran dan Harga dalam Upaya Peningkatan Efektivitas Penjualan Sensor Ac di CV . Fassa Group Bandung*. 7, 2016–2023.
- Vanessa, Y. C. ., & Astuti, M. . (2023). Pengaruh Website Quality, EWOM, dan Brand Image terhadap Purchase Intention Penggunaan Website Sociolla. *JIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(12), 10957-10963.
- Wahyuningtyas, G. I., and Aquina, A. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Brand Awareness terhadap Purchase Intention Produk Kecantikan Somethinc. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Mei*, 9(9), 510–518. Retrieved from <https://doi.org/10.5281/zenodo.796915>
- Yanthi, A. D., Hadi, P., and Astuti, M. (2020). Peran Korea Wave, Lifestyle dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Innisfree. *Prosiding Biema: Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1(1), 179–195.
- Yulianti, F., Lamsah, and Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran (Cetakan 1)*. Yogyakarta: Deepublish.