

DAFTAR PUSTAKA

- Lee, B. (2022). Pengaruh Brand Image, Promosi Penjualan Dan Duta Merek Terhadap Minat Beli Konsumen E-Commerce Blibli Pada Masyarakat Kota Batam. *Jurnal Scientiae-Issn : 2714-593x, Vol. 4 No. 7 (2022): Volume 4 Nomor 7 2022.* https://forum.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/view/5127
- Clarisa Salsabila, Taufan Umbara, R. S. (2022). *Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Somethinc. Vol 9 No 4 (2022): Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik.*
- Priyani, P. (2022). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Di Situs E-Commerce Blibli. (*Doctoral Dissertation, Prodi Manajemen*). <http://repository.upbatam.ac.id/3140/>
- Nur Aini Anisa, A. G. W. (2020). Electronic Word Of Mouth (E-Wom) , Celebrity Endorsement Dan Gaya Hidup Pada Minat Beli Produk Online Shop. *Jurnal Mitra Manajemen, Vol 4 No 10 (2020): Jurnal Mitra Manajemen Edisi Oktober.* <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i10.480>
- Arifudin, O., ., J., Sofyan, Y., Tanjung, R., & Rusmana, F. (2021). Pengaruh Kelas Sosial, Pengalaman Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Penggunaan Kartu Kredit. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea), 5(1), 286-298, Vol 5 No 1 (2021): Edisi Januari-April 2021.* <https://doi.org/10.31955/Mea.v5i1.868>
- Angga Febrian, M. F. (2021). Dampak Kepuasan Pelanggan Terhadap Ewom Dan Brand Equity Terhadap Niat Beli E-Commerce Di Indonesia Yang Dimoderasi Oleh Budaya. *Ulasan Bisnis Binus, Vol. 12 No. 1 (2021): Ulasan Bisnis Binus.* <https://doi.org/10.21512/Bbr.v12i1.6419>
- Pangastuti, C. C., & Tjahjaningsih, E. (2023). Pengaruh E-Wom Dan Pengetahuan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Terhadap Pelanggan Produk Scarlett (Studi Pada Pelanggan Scarlett Di Kota Pati). *Management Studies And Entrepreneurship Journal (Msej), 4(3), 2386–2393, Vol. 4 No. 3 (2023): Management Studies And Entrepreneurship Journal (Msej).* <https://doi.org/10.37385/Msej.v4i3.1541>
- Ramdhani, D., & S. W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Smartphone Oppo. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan, 4(Special Issue 3), 1651–1667, Vol. 4 No. Special Issue 3 (2022): Fair*

Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan.
<https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4ispecialissue3.1004>

Puji, P. M., Della Saputri, Aprianti, Devi Arisandi, Putri Wahyu Ikasanti, & T. W. (2021). Pengaruh Harga & Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Masyarakat. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 91-102, Vol 14 No 1 (2021): *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*. <https://doi.org/10.51903/E-Bisnis.V14i1.370>

Yusuf, Jasmine Chiquita; Prayogo, Florensus Resky; Andreani, F. (2021). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Di Traveloka. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 9.1. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/11496/10104>

Husaini Usman, P. S. A. (2017). *Metodologi Penelitian Sosial*. PT Bumi Aksara.

Nur Indriantoro, B. S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. C.v Andi Offset.

Lili Adi Wibowo, D. J. P. (2017). *Manajemen komunikasi dan pemasaran*. Alfabeta,Cv.

Alistian, A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening: (Survei Pada Konsumen Scarlett Di Toko Koleksi Tasik Termurah). *J-Ceki : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(5), 582–586., Vol. 1 No. 5: Agustus 2022. <https://doi.org/10.56799/jceki.v1i5.750>

Pratama, C. A. And Rakhman, A. (2022). 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), Hlm. 621-628, Vol 11 No 2: Desember. 10.47492/jih.v11i2.2269.

Amin, A. M., & Yanti, R. F. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, E-Wom, Gaya Hidup, Country Of Origin Dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic. *Invest : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 1-14, Vol. 2 No. 1 (2021): *Invest : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*.

Zahra Ratu Audia, Ahmad Nasher, Yusuf Maulana, A. Y. L. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Brand Ambassador Cinta Laura Terhadap Minat Beli Pengguna Jd.Id Di Jabodetabek. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(2), 99-112, Vol. 13 No. 2 (2023). <https://jurnal.akmrtv.ac.id/jk/article/view/323>

- Lailiya, N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *Iqtishadequity Journal*, Vol. 2 No. 2 (2020): Juni 2020. <https://doi.org/10.51804/Iej.V2i2.764>
- Isnan, M. Fajarudin, And R. N. R. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Tiket. Com Di Jawa Barat. *Eproceedings Of Management* 8.1. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/14354/14138>
- Sudaryana, Arif, Ahmad Rizal Faihaan, Dan F. S. (2023). Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup, Kualitas Produk, Brand Ambassador Dan Getok Tular Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Merek Samsung Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 6.3 648-660. <http://ejurnal.unim.ac.id/index.php/bisman/article/view/2972>
- Jessy, J. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Ambassador Terhadap Purchase Intention Produk Skincare Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Generasi Z. *Media Bina Ilmiah*, Vol. 18 No. 7: Februari 2024. <https://binapatria.id/index.php/mbi/article/view/668/>
- Via, C. O. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Song Joong Ki Dan Brand Image Scarlett Whitening Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 5(2), 248-262, Vol 5 No 2 (2023): *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*. <https://doi.org/https://doi.org/10.62144/jikq.v5i2.195>
- Anggraini, T. R. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Emina (Studi Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2018-2019 Universitas Mulawarman). *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 5.2: 143-161.
- Wijaksono, Wayan; Santoso, Adi; Pristi, E. D. (2022). Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Gaya Hidup Dan Ewom Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kedai Gusti Ponorogo. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (Manova)*, 2022, 5.2: 63-75, Vol. 5 No. 2 (2022): Juli. <https://doi.org/10.15642/manova.v5i2.861>
- Ramadhani, N. D. P. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador Bintang Korea Selatan Dan Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Followers Instagram @Scarlett_Whitening*. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/41907>
- Hutabarat, N. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Citra Merek Terhadap*

Minat Beli Konsumen Produk Body Lotion Scarlett Di Kota Medan.
[Http://Repository.Uhn.Ac.Id/Handle/123456789/8002](http://Repository.Uhn.Ac.Id/Handle/123456789/8002)

Anisa, S., Bambang Heriawan, S. E., & File, N. J. F. (2023). *Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Exo Dan Brand Image Produk Scarlett Whitening Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Semarang).*
<https://Eskripsi.Usm.Ac.Id/Detail-B11a-4373.Html>

Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian.* Penerbit Kbm Indonesia.

Sugiyono. (2022). *Metodologi Penelitian.* Alfabeta, Cv.

Nuralam, I. P. (2017). *Etika pemasar dan kepuasan konsumen dalam pemasaran perbankan syariah.* UB Press.

Fitri, N., & Basri, H. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Pada Generasi Milenial Di Era Pandemi Covid-19 Dengan Pengetahuan Ekonomi Sebagai Variabel Moderasi. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 183-192, Vol 9 No 2 (2021).
<https://doi.org/10.37676/ekombis.V9i2.1329>

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Evaluasi.* Alfabeta, Cv.

Noor, J. (2022). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah.* Kencana.

Tae, Bernadetha Ernayani; Bessie, J. L. D. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Minat Membeli Ulang (Repurchase Intention) (Survei Pada Pelanggan The Kings Resto Kupang). *Jurnal Transformatif Unkriswina Sumba, [S.L.], V. 10, N. 1, Vol 10 No 1.*
<https://doi.org/10.58300/Transformatif.V10i1.162>.

Zulfahmi, M. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Keragaman Produk Dan Lokasi Toko Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko Eiger Tebing Tinggi). *Diss. STIE Bina Karya Tebing Tinggi.* <http://repository.stie-binakarya.ac.id/id/eprint/109>