

DAFTAR PUSTAKA

- Ac, A. M., Haryanti, N., & Putri, I. N. K. (2023). *The Influence Of Brand Ambassadors And Promotions On Purchase Decisions Through Brand Image As An Intervening Variable In Tokopedia E-Marketplace In East Java. International Journal Of Social Science And Business*, 7(3), 519–530. <https://doi.org/10.59889/Ijembis.V3i3.166>
- Altauriq, D., & Hadisuwarno, H. (2024). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Denny's. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 7(1), 10–20. <https://doi.org/10.23887/Jmpp.V7i1.76103>
- Anwar, S. (2020). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Aprianti, W., & Tjiptodjojo, K. I. (2023). Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Awareness* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening. *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(2), 1275–1282. <https://doi.org/10.54371/Jiip.V6i2.1645>
- Archie, A., & Eriyanti, L. R. (2021). Pengaruh Promosi Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Watchout Di Kota Pontianak. *Jurnal Produktivitas*, 8, 340–348. www.openjournal.unmuhpnk.ac.id/index.php/jp
- Chandrawati, V. H., & Setiawati, C. I. (2021). *Pengaruh Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Saat Kondisi Covid-19*. 8(5), 6461–6474.
- Darda, A., & Rojikun, A. (2022). Pengaruh Produk Dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Mineral Galon Merek Aqua. *Literatus*, 4(2). <https://doi.org/10.37010/Lit.V4i2.837>
- Desmi, R. N., & Marlien, R. . (2022). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Nilai Pelanggan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Albania Coffee Boja). *Yume : Journal Of Management*, 5(1), 16 Pages.
- Evalina, Yoeliastuti, & Sugianto, E. (2022). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Layanan Pesan Antar Online Go Food. *Jurnal Ilmiah Publika*, 10(1), 73. <https://doi.org/10.33603/Publika.V10i1.7175>
- Febrianty, E., Pudjoprastyono, H., & Ariescy, R. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone: *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2870–2881. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V6i2.4227>
- Gea, E. M., & Sitorus, D. H. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Point Coffee Indomaret Kota Batam*. 8(1), 609–615.
- Ghadani, A., Muhar, A. M., & Sari, A. I. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Dengan Mediasi *Brand Awareness*. *Insight Management Journal*, 2(3), 110–118. <https://doi.org/10.47065/Imj.V2i3.200>
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Universitas Diponegoro.

- Indraningsih, R., & Fauzi, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Citra Merek Dan Selebriti Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening Di Kota Madiun. *Https://Medium.Com/, September 2022*.
- Jasmalinda. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha Di Kabupaten Padang Pariaman. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 2199–2205.
- Jumawar, E., & Nurmartian, E. (2022). Pengaruh *Customer Experience* Dan *Customer Value* Terhadap *Customer Loyalty* Indihome (Pada Pelanggan Indihome Area Gegerkalong). *Journal Competency Of Business*, 5(02), 102–111. <https://doi.org/10.47200/Jcob.V5i02.1094>
- Kimkuri, W., & Buntu, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha Mio Pada Pt. Hasjrat Abadi Kota Jayapura. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 8–16. <https://doi.org/10.55049/Jeb.V11i2.64>
- Kojongian, A. S. ., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Variasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.Id Pada Media Sosial Instagram. *Productivity*, 3(2), 157–161.
- Kolinug, M. S., Mananeke, L., & Tampenawas, J. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 101. <https://doi.org/10.35794/Emba.V10i3.41293>
- Krisnanto, A., & Yulianthini, N. N. (2021). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Gojek Di Kota Singaraja. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 76.
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/Jimt.V2i5.568>
- Lestari, R. D., Farida, U., & Purwaningrum, T. (2023). Pengaruh *Brand Ambassador*, *Electronic Word Of Mouth*, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Marketplace Tokopedia Di Magetan). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(11), 4241–4252.
- Montolalu, N. A., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening Pada Platform Digital. *Productivity*, 2(4), 272–275.
- Naisaniya, F. R., & Saputro, E. P. (2023). Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Produk Rabbani. *Value*, 4(2), 133–150. <https://doi.org/10.36490/Value.V4i2.935>
- Novianti, F., & Purba, T. (2022). Pengaruh Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Tiban Ciptaland Batam. *Jurnal Ekuivalensi*, 8(1), 57–67. <https://doi.org/10.51158/Ekuivalensi.V8i1.647>
- Oktavia, E. B., Fatimah, F., & Puspitadewi, I. (2022). Pengaruh Harga, *Brand Ambassador*, *Brand Image* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening Indonesia Di Tokopedia. 20(2), 361–375.

- Padang, A., Novita, V., Sinambela, M., Safaruddin, & Fitri, N. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Pada Mahasiswa Kota Medan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi*, 2(4).
- Priyanto, D. (2013). *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan Spss*. Mediakom.
- Ramadhan, R. F., Alfitman, & Besra, E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan E-Wom Pada Keputusan Pembelian Konsumen Pasca Pandemi Covid-19 Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 879–884. <https://doi.org/10.37034/inf.v5i3.597>
- Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10, 1–20.
- Saktiendi, E., Herawati, S., Yenny, L. A., & Agusti, A. W. (2022). Pengaruh *Viral Marketing*, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow Di Bumi Indah Kabupaten Tangerang. *Formosa Journal Of Multidisciplinary Research*, 1(2), 197–210. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i2.524>
- Simbolon, F. P., Handayani, E. R., & Nugraedy, M. (2020). *The Influence Of Product Quality, Price Fairness, Brand Image, And Customer Value On Purchase Decision Of Toyota Agya Consumers : A Study Of Low Cost Green Car*. 11(3), 187–196. <https://doi.org/10.21512/bbr.v11i3.6420>
- Sintia, A., & Riyanto, K. (2023). Pengaruh *Brand Ambassador*, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Arbitrase: Journal Of Economics And Accounting*, 4(1), 18–22. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v4i1.1085>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Manajemen*.
- Sugiyono, & Susanto, A. (2021). *Cara Mudah Belajar Spss & Lisrel*. Alfabeta.
- Sumaryanto, S., Widajanti, E., & Susanti, N. I. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Excellent*, 9(1), 93–110. <https://doi.org/10.36587/exc.v9i1.1256>
- Swesti Mahardini, Ida Mudafia, I., & Apricuansyah, R. (2023). Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Wilayah Dki Jakarta. *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (Jumpa)*, 10(2), 1–10. <https://doi.org/10.55963/jumpa.v10i2.538>
- Waluyo, W., Kadi, D. C. A., & Apriyanti. (2022). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom), Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Amanda Brownies Cabang Ponorogo). *Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi I 14 Agustus 2019*, 442–453.
- Winardy, I., Purnama, Y. P., Chaniago, C., & Andika. (2021). *The Positive Impact Of Product Quality, Price And Promotion On Purchasing Decision Of Toyota Innova Cars*. *International Journal Of Social Science And Business*, 5(2), 161–166. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/ijssb/index>
- Yulia, R., Putra, S. S., & Digidowiseiso, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan E-Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Baju Online Notbrand.Co Di Dki Jakarta. 4(6), 8792–8800.