

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>
- Amanah, K. F., Hadi, S. P., & Prihatini, A. E. (2024). Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Di Indonesia. *Jiab: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(February), 4–6.
- 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. <https://doi.org/10.55583/Invest.V2i1.111>
- Anwar, S. (2020). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- 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.openjurnal.unmuhpnk.ac.id/index.php/jpcompas.co.id
- Compas.Co.Id. (2023). *Cara Meningkatkan Sales Growth Yang Efektif Tahun 2023: Ini Yang Dilakukan Npure, Avoskin, Dan Somethinc*. Compas.Co.Id.
- Elvina, A., Nugroho, N., Hutabarat, F. A. M., Ivone, & Ciamas, E. S. (2021). Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembeli (Di Platform E-Commerce Shopee Dan Tokopedia). *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (Ekuitas)*, 3(1), 12–16. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.V3i1.1021>
- Fadhilla, L. (2023). Analisis Media Monitoring Terhadap Brand Skintific Pada Bulan Maret 2024. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 1(4), 13. <https://doi.org/10.47134/jtsi.V1i4.2714>
- 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>
- Febriyanti, N. F., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh *E-Service Quality* Dan *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina (Studi Pada Remaja Di Kota Surabaya). *Jimek*, 2(2).
- Fitri, G. N., & Yunita, C. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Di Bittersweet By Najla. *Jurnal Pijar Studi Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 283–294.
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Z., Boari, Y., Aziza, I. N., Anggraini, H., Kurniastuti, C., Mawarni, I., & Loso Judijanto. (2024). *Manajemen Industri (Teori Komprehensif)* (Issue May). https://www.researchgate.net/publication/380461692_Manajemen_Industri_Teori_Komprehensif

- Hermawati, M. A. (2024). Pengaruh Citra Merek, *Electronic - Word Of Mouth* Dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc Di Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Semarang). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(2), 4919–4930. <https://doi.org/10.31004/Innovative.V4i2.9294>
- 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.
- Inggasari, S. M., & Hartati, R. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorser*, *Brand Image* Dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlettwhitening. *Cakrawangsa Bisnis*, 3(1), 1–22.
- 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.
- Lembayung, R. D., Mahmud, & Sentosa, E. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ikraith-Ekonomika*, 6(2), 424–432.
- 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.
- Lukitaningsih, A., & Lestari, F. (2023). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust* Dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone. *Forum Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 25(1), 89–96.
- Mustafa, R., & Setiawan, P. Y. (2022). Pengaruh Kewajaran Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. 11(5), 927–947. <http://117.74.115.107/Index.php/Jemasi/Article/View/537>
- 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>
- Nasution, S. L. (2019). Pengaruh Citra Perusahaan, Pelayanan, Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Master Cash & Credit* Kota Pinang. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(1), 60–69. <https://doi.org/10.36987/Ecobi.V6i1.35>
- Nawiyah, Kaemong, R. C., Ilham, M. A., & Muhammad, F. (2023). Penyebab Pengaruhnya Pertumbuhan Pasar Indonesia Terhadap Produk Skin Care Lokal Pada Tahun 2022. *Armada : Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(12), 1390–1396. <https://doi.org/10.55681/Armada.V1i12.1060>
- Ningrum, L. S., Lukitaningsih, A., Diansepti, B., & Maharani. (2024). Pengaruh *Brand Ambassador*, *Electronic Word Of Mouth* Dan *Gaya Hidup* Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc Di Kota Yogyakarta. 5(5), 3463–3479.
- Nyoko, A. E. L., & Samuel, A. D. D. (2021). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom) Di Media Sosial Facebook Terhadap Keputusan Pembelian. *Sme's*, 14(1), 63–76.
- 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.
- Pratiwi, N. P. N. J., Harrtati, P. S., & Purwaningrat, P. A. (2024). Pengaruh *Price Fairness*, *Influencer Marketing* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Asi Booster By Mamabear Di Toko Clandys Buluh Indah Denpasar. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan, Dan Pariwisata*, 4(1), 153–163.
- Priyanto, D. (2013). *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan Spss*. Mediakom.
- Rahma, Y. P., & Setiawan, M. B. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador*, *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom) Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sunscreen Azarine. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(4), 744–752.
- Rahmayani, S. A., & Purba, T. (2025). Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lemari Es Samsung Di Kota Batam. *Yume : Journal Of Management*, 8(1), 636–645.
- Ramadhan, S., & Ramli, Y. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina. *Journal Of Fundamental Management (Jfm)*, 4(1), 125. <https://doi.org/10.22441/Jfm.V4i1.17931>
- 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.
- Saffana, N., & Julaeha, L. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Azarine Cosmetic. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(01), 144–152. <https://doi.org/10.56127/Jukim.V3i01.1171>
- 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>
- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *Cidea Journal*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.56444/Cideajournal.V2i2.775>
- Setiawan, R. D., & Lestari, W. D. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Rds Phone Store Di Surakarta. *Value*, 4(1), 167–184. <https://doi.org/10.36490/Value.V4i1.742>
- Sholikha, M. U., & Soliha, E. (2024). Pengaruh *Celebrity Endorsement*, *Electronic Word Of Mouth*, Dan *Product Placement* Pada Konten Youtube Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific (Studi Pada Pengguna Skintific Di Kota Semarang). 5(1), 1338–1348.
- Sualang, G. M. C., Mandey, S. L., & Ogi, I. W. J. (2023). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom), Harga, Dan Kualitas Poduk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Mandala Finance Tbk, Cabang Ratahan. 11(2), 335–344.
- 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>
- Supriadi, Y. N., Arieftiara, D., Desmintari, & Ahman, E. (2021). Membangun Citra Merek Perusahaan Dan Kualitas Produk Dalam Memediasi Pengaruh E-Wom Pada Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Digital. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 311–330.
- Susilawati, A. D., Hanfan, A., & Anugrah, F. H. (2021). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Ambassador*, *Word Of Mouth* Dan *Testimony In Social Media* Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Toko Hijab Sulthanah Di Kota Tegal). *Dialektika : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 6(1), 1–13.
- 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>
- Tempo.Co. (2024). *Imbas Cuitan Umay Shahab Soal Makan Siang Gratis, Prilly Latuconsina Ikut Diserbu Netizen*. Tempo.Com.
- 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.
- Yulia, R., Putra, S. S., & Digdowniseiso, 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.