

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis, 9(1), 21-30.
- Agustiningtyas, C. 2023. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Produk Whitelab Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kabupaten Boyolali)*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said: Surakarta.
- Ahmed, M. (2021). *An analysis of the impact of Brand Image on Consumer Purchase Behavior. The case of Lidl, Sweden*.
- Aisyah, H. (2023). *The Influence Of Brand Ambassador Towards The Customer Purchase Decision Through Brand Image As The Mediator At Whitelab (Case Study On Customers Whitelab In Semarang)* (Doctoral Dissertation, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro).
- Aisyah, N. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador Idol Kpop, Promosi, Dan Fitur Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee (Studi Kasus Pada Konsumen Shopee yang Ada di Jember)*. UMJember Proceeding Series National Multidisciplinary Sciences, 1(3), 439–446.
- Aitken, R., Watkins, L., Williams, J., & Kean, A. (2020). *The Positive Role Of Labelling On Consumers' Perceived Behavioural Control And Intention To Purchase Organic Food*. Journal Of Cleaner Production, 255, 120334.
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314-324.
- Alfiya, I. N. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening (Studi Pada Konsumen Di Kota Malang)* (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Ampadu, S., Jiang, Y., Debrah, E., Antwi, C. O., Amankwa, E., Gyamfi, S. A., & Amoako, R. (2022). *Online personalized recommended product quality and e-impulse buying: A conditional mediation analysis*. Journal of Retailing and Consumer Services, 64, 102789.
- Andriyanti, E. M. 2023. *Analisis Pengaruh Variabel-Variabel Terhadap Pembentukan Brand Loyalty Produk Azarine Cosmetic Hydrasoothe Sunscreen Gel (Studi Pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur)*. Skripsi. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur: Surabaya



D. (Ed.). (2022). *7 Merek Kosmetik Lokal Paling Banyak Digunakan Di Indonesia 2022*. Goodstats. <https://Goodstats.id/Article/7-Merek-kosmetik-Lokal-Paling-Banyak-Digunakan-Di-Indonesia-2022-36qu3>

- Apriliyani, D., & Hayuningtias, K. A. (2023). *Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Association Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Scarlett Whitening*. Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah), 6(2), 1991-2004.
- Ananda, D. D., Wahono, B., & Dianawati, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Skincare. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(18).
- Ardiani, M. F. 2020. *Pengaruh Iklan Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kecantikan D'angel*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Pringsewu; Lampung.
- Ashari, S., & Darmastuti, I. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada Smartphone Advan (Studi Pada Mahasiswa Undip Semarang)*. Diponegoro Journal Of Management, 11(1).
- Azarine Cosmetic. (2023). *Azarine Cosmetic Resmi Menggandeng Red Velvet Sebagai Brand Ambassador Untuk Launching Makeup Series*. Azarine Cosmetic. <https://AzarineCosmetic.com/A/AzarineCosmetic-Cosmetic-Resmi-Menggandeng-Red-Velvet-Sebagai-Brand-Ambassador-Untuk>
- Barata, R. M. 2021. *Pengaruh Brand Ambassador Dalam Membangun Brand Image Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembelian Ponsel Pintar Samsung A51)*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah; Jakarta.
- Burnasheva, R., & Suh, Y. G. (2020). *The Moderating Role Of Parasocial Relationships In The Associations Between Celebrity Endorser's Credibility And Emotion-Based Responses*. Journal Of Marketing Communications, 28(4), 1–17.
- Cahayani, C. O., & Sutar, S. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Brand Image Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Aldo Shoes*. Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen, 10(2), 208-222.
- Cheah, J.-H., Ting, H., Cham, T. H., & Memon, M. A. (2019). *The Effect Of Selfie Promotion And Celebrity Endorsed Advertisement On Decision-Making Processes*. Internet Research, 29(3).
- Chofiyatun, S. N. 2020. *Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Stie Putra Bangsa Kebumen)*. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Bangsa; Kebumen.
- Coltelli, M. B., Signori, F., Morganti, P., & Lazzeri, A. (2019). *Cosmetic Packaging To Save The Environment: Future Perspectives*. Cosmetics, 2), 26.



- Dudziak, A., Stoma, M., & Osmólska, E. (2023). *Analysis of Consumer Behaviour in the Context of the Place of Purchasing Food Products with Particular Emphasis on Local Products*. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(3), 2413.
- Dwi, D. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Diskon, Dan Keputusan Pembelian Online Maharani Prima Skin Care Di Blitar. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 8-19.
- Dwidienawati, D., Tjahjana, D., Abdinagoro, S. B., Gandasari, D., & Munawaroh. (2020). Customer Review Or Influencer Endorsement: Which One Influences Purchase Intention More? *Heliyon*, 6(11), E05543.
- Endriani, D. 2018. *Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pengguna Jasa J&T Express Di Bandar Lampung)*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Intan: Lampung
- Fandy Tjiptono. 2012. Strategi Pemasaran, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Fauzi, R. U. A., Esmike, M., & Ardiningrum, A. R. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc. *Efektif: Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 14(1 Juni), 58-78
- Fauziridwan, M. (2022). Analisis Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Purchase Decision Produk Skincare Ms Glow Di Purwokerto. *Journal Of Data Science Theory And Application*, 1(2), 88-100.
- Febriani, A., & Cahya, H. N. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(3), 150-162.
- Firmansyah, M. Anang. 2019. Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). Surabaya : CV. Penerbit Qiara Media
- Fitri, N., Rachma, N., & Normaladewi, A. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Skincare Whitelab (Studi Kasus Pada Mahasiswi Prodi Manajemen Feb Universitas Islam Malang). *E-Jrm: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Ftriahningsih, A. S. C. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Makassar)*.
- 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.



- Ginting, F. R. 2022. Pengaruh Kemasan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Toko Wn Kosmetik Medan). Skripsi. Universitas Medan Area; Medan.
- Gupta, Aanchal. (2021). Effect Of Brand Image On Consumer Buying Behaviour. *Journal Marketing*.
- Hani, S., Marwan, A., & Andre, A. (2018). The Effect Of Celebrity Endorsement On Consumer Behavior: Case Of The Lebanese Jewelry Industry. *Arab Economic And Business Journal*, 13(2), 190–196.
- Hani, S., Marwan, A., & Andre, A. (2018). The effect of celebrity endorsement on consumer behavior: Case of the Lebanese jewelry industry. *Arab Economic and Business Journal*, 13(2), 190–196. <https://doi.org/10.1016/j.aebj.2018.11.002>
- Harahap, I. A. B., & Hidayat, W. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah Mustika Ratu (Studi Kasus Pada Konsumen Kec. Tembalang Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 107-115.
- Hariyanto, R. C., & Wijaya, A. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image* Dan *Brand Awareness* Terhadap Purchase Decision. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(1), 198-205.
- Herlianti, Z. F., & Handayani, S. S. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Persepsi Harga, Dan Promosi Pada Keputusan Pembelian Produk Azarine Cosmetic*. Idei: Jurnal Ekonomi & Bisnis, 4(1), 12-22.
- Imani, A. N., & Martini, N. (2021). A *Brand Ambassador* for Purchasing Decision Mediheal Sheet Mask User's in Karawang. *Aptisi Transactions on Management (ATM)*, 5(2), 121-127.
- Indrasari, A. L. 2023. *Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Terhadap Brand Image Azarine Cosmetic (Studi Pada Akun Yang Memberikan Likes Dalam Video Launching Brand Ambassador Lee Min Ho Di Instagram @Azarine Cosmeticcosmeticofficial)*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Malang; Malang.
- Ivanov, M. R. 2021. *Pengaruh Brand Ambassador Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedap Korean Spicy (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uir)*. Skripsi. Universitas Islam Riau; Riau
- Jia, Yanli. (2022). The Effect Of Control Deprivation On Consumers' Adoption Of No-Pain, No-Gain Principle. *International Journal Of Research In Marketing*. Volume 39.



P. 2019. *Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Klinik Kecantikan Muslimah Aishaderm Banda Aceh*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry: Banda Aceh.

- Kala, F., Sudirman, I., & Munir, A. R. (2022). Effect of *Brand Ambassador* and Product Quality on Purchasing Decisions with Brand Image as an Intervening Variable (Case Study on Scarlett Whitening Product Users in Makassar City). *Scientium Management Review*, 1(3), 235-246.
- Khairunnisa. 2020. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pasa Cv. Cempaka Motor Binjai. Skripsi. Universitas Pembangunan Panca Budi; Medan.
- Kumar, A., Paul, J., & Unnithan, A. B. (2020). "Masstige" Marketing: A Review, Synthesis And Research Agenda. *Journal Of Business Research*, 113, 384–398.
- Kumar, A., Paul, J., & Unnithan, A. B. (2020). "Masstige" marketing: A review, synthesis and research agenda. *Journal of Business Research*, 113, 384–398. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.030>
- Kusuma, A. (2023). *Battle Serum Azarine Cosmetic Vs Somethinc Dengan Formula Niacinamide Untuk Mencerahkan Wajah*. Tribunshopping.Com. <https://Shopping.Tribunnews.Com/2023/05/25/Battle-Serum-Azarine-Cosmetic-Vs-Somethinc-Dengan-Formula-Niacinamide-Untuk-Mencerahkan-Wajah>
- Lestari, A. T., & Cahya, S. B. (2023). Pengaruh *Brand Ambassador* Korea Lee Minho, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Azarine Cosmetic (Studi Pada Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Unesa). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 11(2), 174-186.
- Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust* Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953-964.
- Lutjens, Henk, Et. Al. (2022). Determinants Of Consumers' Attitudes Towards Digital Advertising – A Meta-Analytic Comparison Across Time And Touchpoints. *Journal Of Business Research*.
- Maiza, F., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2022). Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Nazurah Hijab Di Kubang Tungkek Kabupaten Lima Puluh Kota. *JM*, 4(2), 375–386.
- Malarvizhi, C. A., Al Mamun, A., Jayashree, S., Naznen, F., & Abir, T. (2022). Modelling The Significance Of Social Media Marketing Activities, *Brand Equity* And Loyalty To Predict Consumers' Willingness To Pay Premium Price For Portable Tech Gadgets. *Heliyon*, 8(8), E10145.



- Song, Yang, Et. Al. (2023). Do Fake Reviews Promote Consumers' Purchase Intention? *Journal Of Business Research*. Volume 1
- Sriyanto, A., Kuncoro, A. W., Sarsito, A., & Istikomah, K. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia Di Universitas Budi Luhur Periode Februari–April 2018). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21-34.
- Sterie, W. G., Massie, J., & Soepono, D. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado*. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Sukmawati, D. A. R., Mathori, M., & Marzuki, A. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Somethinc*: (Studi Pada Konsumen Di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 579-599.
- Suleman, D., & Prasetyo, F. A. (2022). THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR AND BRAND IMAGE ON PRODUCT PURCHASE DECISIONS. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(03), 932-940.
- Supangkat, A. S., & Pudjoprastyono, H. (2022). Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sariayu Martha Tilaar Di Kota Surabaya. *Widya Manajemen*, 4(2), 140-149.
- Supit, D. D. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Kecantikan (Studi Pada Pelanggan Naavagreen Di Kota Yogyakarta)*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta: Yogyakarta.
- Suryantari, N. L. P. P., & Respati, N. N. R. (2022). Peran *Brand Image* Dalam Memediasi Hubungan Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Dengan Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(1), 391152.
- Syafarni, D. 2021. Peran Idol K-Pop “Stray Kids” Sebagai *Brand Ambassador* E-Commerce Shopee Pada Keputusan Pembelian. Skripsi. Universitas Teknokrat Indonesia; Bandar Lampung
- Tanveer, M., Kaur, H., Thomas, G., Mahmood, H., Paruthi, M., & Yu, Z. (2021). Mobile Phone Buying Decisions Among Young Adults: An Empirical Study Of Influencing Factors. *Sustainability*, 13(19), 10705.



Tanveer M., Kaur, H., Thomas, G., Mahmood, H., Paruthi, M., & Yu, Z. (2021). Mobile Phone Buying Decisions among Young Adults: An Empirical Study Of Influencing Factors. *Sustainability*, 13(19), 10705.
[tps://doi.org/10.3390/su131910705](https://doi.org/10.3390/su131910705)

- Trihadi, R. F. 2022. *Pengaruh Brand Ambassador Song Joong Ki Dalam Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Di Kota Kediri)*. Skripsi. Institut Agama Islam Kediri: Kediri.
- Trimaputri. (2022, December 10). *Azarine Cosmetic Dan Wardah, Siapa Yang Lebih Unggul?* Lifestyle Update. [https://Trimaputri.Com/Gaya-Hidup/Azarine Cosmetic-Dan-Wardah-Siapa-Yang-Lebih-Unggul/](https://Trimaputri.Com/Gaya-Hidup/Azarine-Cosmetic-Dan-Wardah-Siapa-Yang-Lebih-Unggul/)
- Vafadarnikjoo, A., Mishra, N., Govindan, K., & Chalvatzis, K. (2018). Assessment of consumers' motivations to purchase a remanufactured product by applying Fuzzy Delphi method and single valued neutrosophic sets. *Journal of Cleaner Production*, 196, 230–244. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.06.037>
- Wahyudi, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Valuta*, 7(2), 82-91.
- Wang, C., Wang, Y., Wang, J., Xiao, J., & Liu, J. (2021). Factors influencing consumers' purchase decision-making in O2O business model: Evidence from consumers' overall evaluation. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61, 102565. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102565>
- Widhayanti, Y. 2017. *Pengaruh Brand Ambassador, Sales Promotion, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image (Studi Kasus Mahasiswa Undip Untuk Produk Luwak White Koffie)*. Skripsi. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Widiastiti, N. M. G., Yasa, N. N. K., & Rahanata, G. B. (2020). The Role of Brand Image In Mediating The Relationship of Product Quality And Price Fairness With Purchase Decision (A Case Study of the iPhone Product in Denpasar City). *International Journal of Economics and Management Studies*, 7(4), 199-207.
- Widyasti, G. A. 2023. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Yotta Kota Palopo*. Tesis. Universitas Hasanuddin; Makassar.
- Wiranata, I. K. A., Agung, A. A. P., & Prayoga, I. M. S. (2021). Pengaruh *Digital Marketing, Quality Product Dan Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Roti Di Holland Bakery Batubulan. *Emas*, 2(3).
- Wiwaha. (2022). *10 Top Brand Serum Wajah Blemish Terbaik Di Shopee Dan Tokopedia*. <https://Compas.Co.Id/Article/Serum-Wajah-Blemish/>



. 2018. Pengaruh Faktor Psikologis Konsumen Etnis Tionghoa Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perbankan (Studi Pt Bank Central Asia di Bank Bandar Lampung). Skripsi. Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya; Bandar Lampung.