

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Wardhana, dkk. 2022. Brand Marketing: The Art of Branding. CV. Media Sains Indonesia: Bandung
- Agnihotri, A., & Bhattacharya, S. (2018). Are multiple brand endorsements economically effective?. *Journal of Product & Brand Management*. 5(27), 523-533. doi:10.1108/JPBM-08-2017-1549
- Alfiyah, Nur Inas. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Rasional *Scarlett Whitening* (Studi Pada Konsumen di Kota Malang). Universitas Muhammadiyah Malang : Malang
- Bramantya, Y. B., & Jatra, M. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Rasional Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar*. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(3), 1745–1771.
<https://media.neliti.com/media/publications/255237-pengaruh-celebrity-endorser-dan-brand-im6b860004.pdf>
- Coaker, Willie. (2021). *Branding With Images: The Ultimate Guide to Grow Your Business with Images: How to Build a Strong Brand Image*. New York: Independently publisher
- Espíndola, Jéssica Inthurn, (2020). *Country Image and Brand Image: The Effects "Country Image" and "Brand image" on Luxury Products*. Singapore: Scientia Scripts
- Febrianti, Vera. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorser*, Electronic Word Of Mouth, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Rasional Konsumen Pada Produk *Scarlett Whitening*. Universitas Katolik Musi Charistas : Palembang
- Frisdinawati, Dwita. (2012). *Analisis Sikap Dan Perilaku Konsumen Terhadap Produk Donat Paket Surya Bakery di Kota Bengkulu*. *Jurnal Agrisepe*, No. 11 Vol. 2
- Garcia, Nadya Theovilia. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Celebrity Endorsement terhadap Keputusan Pembelian Rasional Produk *Scarlett Whitening* di Jakarta. Kwik Kian Gie : Jakarta
- Ghaisani & Purbawati. (2020). Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Kualitas Website (Website Quality) terhadap Keputusan Pembelian Rasional (Purchase Decision) Melalui Kepercayaan (E-Trust) Sebagai Variabel Intervening (Studi ada Konsumen E-Commerce ZALORA.CO.ID di Kota Semarang). Universitas Diponegoro : Semarang
- Hair, et al. (2024), *Multivariate Data Analysis, New International Edition.*, New Jersey :

Pearson.

- Handayani, Nurushikhah.(2021). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas informasi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Rasional Konsumen pada Produk *Scarlett Whitening* di situs belanja online shopee. Universitas Mercu Buana : Yogyakarta
- Hartini, S. (2016). *Efektifitas Endorsment Pada Media Sosial Instagram Pada Produk Skin Care*. Bina Insani ICT Journal, 3(1), 43-50.
- Indriantoro, N. dan Supomo, B. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Juhandita, Rina. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Rasional Produk *Scarlett Whitening*. Universitas Muhammadiyah Malang : Malang
- Jogiyanto, 2001, Analisis dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis, Yogyakarta: ANDI.
- Kotler, Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*, Jilid 1. Jakarta:Indeks-Prentice Hall
- Kotler, P., Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. New Delhi: Pearson.
- Kotler, P.T., Keller, K.L., Brady, M., Goodman, M., Hansen, T. (2019). *Marketing Management*. Singapore: Pearson Education.
- Leimena, Yolanda Mahrita.(2022). Pengaruh Duta Merek dan Kepercayaan Pembelian Produk *Scarlett Whitening*. Universitas Islam Negeri Antasari : Banjarmasin
- Meilina, Arisa.(2021). Pengaruh *Celebrity Endorser*, Electronic Word of Mouth, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Rasional Konsumen pada Produk *Scarlett Whitening*. Universitas Islam Riau : Riau
- Mcpheron, Abbey. (2021). *Growing Your Business: Brand Image and The Secrets to Success: How to Use Images to Grow Influence*. New York: Independently published
- Nabillah dan Anggraeni.(2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Brand Awareness, *Brand Image* dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Rasional Skincare *Scarlett Whitening*. Universitas Gunadarma : Depok

- Noviandra, Mahestu, (2006), "*Analisis Pengaruh Model Iklan Terhadap Perilaku Pembelian Remaja, Kasus Pada Bintang Akademi fantasi indosiar.*
- Prasetyo, Akhmad Dika. (2022). Efektifitas Star Ambassador Twice dalam Keputusan Pembelian Produk *Scarlett Whitening*. UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi : Jakarta
- Putri dan Harti (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Produk Scarlett. DIMENSI, Volume 11 Nomor 2 : 346-363 JULI 2022 ISSN: 2085-9996 <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms> 351
- Razak, Mashur. (2016). *Prilaku Konsumen*. Alauddin University Press : Makassar ISBN : 978-602-328-203-6
- Rifaí, Ramdhan. (2019). *Membangun Kepercayaan Pelanggan*. Zifatama Jawa : Jawa Tengah
- Rohmayatun, Kusnia. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Rasional Produk *Scarlett Whitening*. Universitas Widya Dharma : Klaten
- Sahir, Hafni Syafrida. (2021). *Metodologi Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia : Jawa Timur
- Santoso .(2020). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening.
- Saputra, Muhammad Kelvin.(2022). Pengaruh Intensitas Word of Mouth terhadap Tingkat Pengambilan Keputusan Pembelian Rasional Produk *Scarlett Whitening*. Atma Jaya : Yogyakarta
- Sebayang, Muli Kata dan Siahaan, Simon Darman O., (2008). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Rasional Sepeda Motor Merek Yamaha Mio pada Mio Automatik Club (MAC) Medan*. Jurnal Manajemen Bisnis, Volume 1, Nomor 3, September 2008: 117-125. Universitas Sumatera Utara.
- Simonson, Alex., Schmitt, Bernd H. (2009). *Marketing Aesthetics: The Strategic Management of Brands, Identity, and Image*. New York: Free Press
- Selvia dkk.(2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik *Scarlett Whitening* pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan bisnis. Universitas Sam Ratu Langi : Manado

- Shimp, Terence dan J. Craig Andrews. (2013). *Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications 9th Edition*. Canada: Nelson Education, Ltd.
- Simamora, B., (2014). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sudirjo, F., Ratnawati, H., & Putranti, D. (2020). *The Role of Product Attributes , Brand Image , and Celebrity Endorser on Purchase Decision and Their Effects on Consumer Satisfaction on Homypad Shoes Product in Yogyakarta*. 29(6), 4888–4898
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syafitri. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Rasional pada Produk *Scarlett Whitening*. Universitas Muhammadiyah : Sumatra Utara
- Syam dkk.(2022). Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Rasional *Scarlett Whitening*. Universitas Telkom : Bandung
- Takaya, R. (2019). *the Effect of Celebrity Endorsment on Brand Image and Trust Brand and It'S Impact To Purchaseintention Case Study: Oppo Smartphone*. Business and Entrepreneurial Review,17(2),183.
<https://doi.org/10.25105/ber.v17i1.5228>
- Temporal, Paul. (2001). *Branding di Asia, Penciptaan, Pembangunan, dan Manajemen Merek Asia Untuk Pasar Globe*. Batam: Interaksara
- Tharpe, Contrecia. (2014). *Branding Blocks: A Guide For Developing a Brand and Image For Success*. Antioch, USA: Dolce Beletto
- Trisnawati, Nana dkk. (2023). Analisa Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian *Scarlett Whitening*. Universitas Persada Indonesia : Yogyakarta
- Wardana Aditya, (2022). *Brand Image dan Brand Awareness*. Telkom University. Media Sains Indonesia : Bandung
- Wardani dkk. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorser*, Citra Merek dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Rasional Produk *Scarlett Whitening*. Universitas Stikubank : Semarang
- Yani, Tri Nur Resqi. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Kepercayaan Pelanggan Dan

Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rasional Produk Hand Body *Scarlett Whitening* Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Tarakan). Universitas Borneo : Tarakan

Yasmine dkk. (2023). Pengaruh Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian *Scarlett Whitening*. Universitas Pakuan : Bogor

Zukhrufani, A., & Zakiy, M. (2019). *The Effect of Beauty Influencer, Lifestyle, Brand Image and Halal Labelization Towards Halal Cosmetical Purchasing Decisions*. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business), 5(2), 168. <https://doi.org/10.20473/jebis.v5i2.14704>