

DAFTAR PUSTAKA

- Fachrudin, F. M., & Taufiqurahman, E. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik MS GLOW di Distributor Karawang tahun 2021. *YUME : Journal of Management*, 5(2). <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.456>
- Faradasya, C. I., & Trianasari, N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Kpop StrayKids Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus E- Commerce Shopee). *E-Proceeding of Management*, 8(2). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/14755/14532>
- Febrianti, F. (2021). PENGARUH PENGGUNAAN BRAND AMBASSADOR NAGITA SLAVINA DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE MS GLOW. *Jurnal Ekonomika*, 10(2).
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Kotler, & Armstrong. (2001). *Prinsip Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Maulana, A., & Lestariningsih, M. (2021). PENGARUH HARGA, BRAND AMBASSADOR DAN KUALITAS PRODUK SCARLET WHITENING. Sangadji, & Sopiiah. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai*.
- Penerbit Andi.
- Sri, D., & Sutedjo, B. (2022). Pengaruh Country Of Origin , Persepsi Harga , dan Brand Ambassador terhadap keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Kosmetik YOU di Terang Beauty Demak). *Journal of Management & Business*, 5(1).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Utami, D. I., & Hidayah, N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualiatas Produk, dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 40.