

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- 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>
- Amstrong, G., & Philip, K. (2012). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.
- Andini, D. B. (2017). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Citra Handbody Lotion*. *UMS Online Journals* 1–16.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Surabaya : Qiara Media.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate (9th ed)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Greenwood, L. (2012). *Fashion Marketing Communications E-book*. Singapura: Wiley.
- Hair. J. F., Black. W. C., Babin. B. J., & A. R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis, 7th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Hidayat, R. R., & Rayuwanto, R. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk

terhadap Keputusan Pembelian. *Keizai*, 3(2), 80–93.

<https://doi.org/10.56589/keizai.v3i2.292>

<https://www.unilever.co.id/our-company/>

<https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>

<https://www.vaseline.com/id/id/who-we-are.html>

Indah, D. R., Afalia, I., & Maulida, Z. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Vaseline (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 83–94. <https://doi.org/10.33059/jseb.v11i1.1983>

Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Gary, A. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Laili, R. R., & Canggih, C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Label Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Body Lotion Citra (Studi Kasus Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 8(6), 743. <https://doi.org/10.20473/vol8iss20216pp743-756>

Lidya, V., & Pasaribu, D. (2018). Analisis Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Hand And Body Lotion Merek Citra (Studi Kasus Carrefour Pamulang, Tangerang Selatan). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. 1(4), 77.

- Maulana, A., & Lestariningsih, M. (2022). Pengaruh Harga, Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(9), 2–17.
- 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. *Growth*, 20(2), 361. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v20i2.2108>
- Putra, G. P., Arifin, Z. & Sunarti. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 48 No.1. hal. 124-131.
- Rangian, M. C., Wenas, R. S., & Lintong, D. C. A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Ms Glow Skincare Di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 284. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41948>
- Safika, E., & Wan. J. R. (2021). *Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador dan Price terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening Produk di Riau*. *Jurnal Inovasi Bisnis*. 1, 8–13.
- Sarjita. (2019). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *JBMA*, 80–93.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung :Alfabeta.
- Utami, D. I., & Hidayah, N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 102–111. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.159>
- Valensia, S., & Vivi, V. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Body Lotion di Pontianak. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 8–14.
- Wardani, D. S. D., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pengguna Scarlett Whitening). *Jesyra*, 5(2), 1148–1160. <https://doi.org/10.36778/jesyra.v5i2.689>
- Wiyono, G. (2011). *3 In One Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat Analisis SPSS 17.0 dan Smart PLS 2.0 (edisi 1)*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Yunefa, A., & Sabardini, (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Emina di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis*, Vol. 1, No, 171–186.