

## DAFTAR RUJUKAN

- Anang Firmansyah. 2019. *Pemasaran produk dan merek*, cetakan pertama, penerbit Qiara Media, Jawa timur.
- Aprilia, Syifa (2022) Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan *Brand Ambassador* Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Ms Glow. *Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta*.
- Adaming, Satriani (2019) Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Ponsel Iphone ( Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar). *Diploma thesis, Universitas Negeri Makassar*.
- Danang Sunyoto. 2016. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi..
- Fithri, A. (2021). Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Product Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Nature Republic* (Studi kasus pada pemakai produk *Nature Republic* di Kota Pekanbaru) (*Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*).
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Harjati, L., & Venesia, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan & Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala. *E-Journal WIDYA Ekonomika*, 1(1), 64–74.
- Handoko.2002. *Manajemen Pemasaran*. Badan penerbit IPWI. Jakarta.
- Ismayana, sari. dan Nur Hayati. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Pixy. *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*, Vol. 10,No. 2.
- Kotler Philip, dan Gary Amstrong. 2015. *Marketing an Introducing*, Global Edition, 12th Edition, Pearson Education

- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangg.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary,(2014), *Principles of Marketin, 12th Edition*, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Amstrong. 2001, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lee, Simon And Lawson- Body, Assion .(2011). *Perceived Dynamic Pricing .Journal Of Industrial Management & Data System*
- Lupiyoadi, Rambat & Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Maulana, A.& Lestariningsih, M. (2022).Pengaruh Harga, Brand Ambassador dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(9).
- Oktavia, Erica Bella; Fatimah, Feti; Puspitadewi, Ira. Pengaruh Harga, Brand Ambassador, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening Indonesia di Tokopedia . *Growth*, [S.l.], v. 20, n. 2, p. 361-375, aug. 2022. ISSN 0215-1030. Available at: <<https://unars.ac.id/ojs/index.php/growth-journal/article/view/2108>>. Date accessed: 12 may 2023. doi: <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v20i2.2108>.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2008). *Consumer behavior and marketing strategy* (8th ed.). Singapore: McGraw-Hill.
- Putra, A. M. (2020). Pengaruh Dimensi Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Pengguna Bukalapak Di Malang) (*Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya*).
- Qiana dan Lego (2021:3) Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Masker Sensi di Tangerang. *JMDK: Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan Vol. 3 No. 3 (2021)*
- Royan, dan Frans. *Marketing Celebrities* “Selebriti Dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri”. Alex Media, Jakarta.
- Royan, Frans M. (2004). “*Marketing Celebrities*”. PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Rahayu dan Sutedjo (2022) Pengaruh *Country Of Origin*, Persepsi Harga, dan Brand Ambassador terhadap keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk

Kosmetik YOU di Terang Beauty Demak). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 2022.

Rangian, dkk (2022) *The Analysis Of The Effect Of Product Quality, Price Percetion and Brand Ambassador Towards Consumer Purchase Decision in Product of Ms Glow Skincare in Tomohon City*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 10 No. 3 (2022): JE. Vol 10 No 3 (2022).

Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.VAndi Offset

Sugiyono.2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung. Alfabeta

Syauki, W. R., & Avina, D. A. A. (2020). Persepsi dan preferensi penggunaan skincare pada perempuan milenial dalam perspektif komunikasi pemasaran. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 4(2), 42-60

Tjiptono, F., 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi

Tjiptono, F 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi III Yogyakarta

Telagawathi, Ni Luh W. Sayang. 2018. *Customer Satisfaction on Company Image and its Impact on Loyalty of Banking Service Industry Customers in Bali*. *Advances in Economics, Business and Management Research*, volume 69

Ummat,R.,&Hayuningtias,K.A.(2022).Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(6), 2279-2291..

Telagawathi, Ni Luh W. Sayang. 2018. *Customer Satisfaction on Company Image and its Impact on Loyalty of Banking Service Industry Customers in Bali*. *Advances in Economics, Business and Management Research*, volume 69