

DAFTAR PUSTAKA

- Afani, A. (2023). *Pengaruh brand ambassador terhadap keputusan pembelian ulang konsumen*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(2), 45–56.
- Alifiah, M., dkk. (2022). Pengaruh harga, brand ambassador dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang produk Scarlett Whitening pada mahasiswa STIESIA Surabaya. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(3), 112-123.
- Amelia, G., dkk. (2022). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian ulang di Shopee dengan mediasi brand awareness. *Jurnal Pemasaran*, 10(2), 78-89.
- Amrin, I. S., Telagawathi, N., & Heryanda, K. K. (2025). The Impact of Product Quality, Product Design, and Lifestyle on iPhone Purchasing Decisions. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 8(2), 7006-7025.
- Angkowo, R., & Kosasih. (2007). *Manajemen pemasaran dan perilaku konsumen*. Jakarta: PT Indeks.
- Annung, P., dkk. (2022). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap minat beli yang berdampak pada keputusan pembelian ulang. *Jurnal Marketing*, 7(1), 23-34.
- Ariasih, M. P., Rahmantari, N. L. L., & Mahendra, G. S. (2023). Exploring the influence of visual content quality marketing on impulse buying in tiktok shop the mediating role of copywriting. *Enrichment: Journal of Management*, 13(2), 1143-1151.
- Arikunto, S. (2017). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Elva, F., & Ari, S. (2022). Pengaruh brand ambassador, brand image dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang pada kosmetik Wardah di Kota Surakarta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(4), 134-144.
- Arkana, D. (2022). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang: Analisis kasus pada konsumen sepatu Ventella di Surakarta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 77–88.
- Dita, N. K. A. N., & Ariasih, M. P. (2025). Pengaruh Brand Ambassador dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Pelembab Wajah Somethinc di Kota Singaraja. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 11(2), 703-713.

- Erlita. (2020). Pengaruh advertising dan brand ambassador terhadap keputusan pembelian ulang melalui brand image pada konsumen produk pembalut Charm di Kota Depok. *Jurnal Komunikasi dan Pemasaran*, 8(1), 66-77.
- Femilia, S. (2023). Pengaruh persepsi konsumen dan brand ambassador terhadap keputusan pembelian ulang. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Greenwood, S. (2012). The role of brand ambassadors in marketing (hal. 23-30). *Journal of Marketing Research*.
- Haedrich, G., & Rygl, D. (2019). The role of brand ambassadors in marketing. *Journal of Marketing Research*.
- Harjawiguna, A. P. N., & Yulianthini, N. N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Indosat Ooredoo di Denpasar. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 10(2), 196-205.
- Hawkins, D. I., Mothersbaugh, D. L., & Best, R. J. (2007). *Consumer behavior: Building marketing strategy* (10th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Refika Aditama.
- Kala, F. (2023). Pengaruh brand ambassador dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang dengan brand image sebagai variabel intervening (studi kasus pada pengguna produk Scarlett Whitening di Kota Makassar). *Jurnal Pemasaran Modern*, 12(1), 99-110.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (hal. 45-67). Pearson.
- Kusuma, G. W., Susila, G. P. A. J., Sumadi, K. E., & Yudiaatmaja, F. (2023). The influence of store atmosphere, product quality, and service quality on customer satisfaction (study on customers rumah kopi nusantara). *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9(1), 16-21.
- Lailiya, A. (2020). Pengaruh brand ambassador dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian ulang (hal. 40-55). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Lawu, R. (2021). Brand ambassador dan keputusan pembelian ulang: Sebuah analisis. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.

- Merni, & Dihin. (2024). Pengaruh media sosial, kualitas produk, dan endorsment terhadap keputusan pembelian ulang pada era new normal. *Jurnal Simplex*, 5(5), 41–50.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Muliyana, & Suriana. (2013). *Kosmetik dan perawatan wajah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Murniasih, N. N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli ulang produk skincare MS Glow di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 140-148.
- Nugroho, A. (2020). *Statistik dan Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama.
- Oentoro, D. (2010). *Manajemen Kualitas Produk* (hal. 55-75). Salemba Empat.
- Pangastuti, dkk. (2019). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian ulang produk kosmetik Wardah pada counter Wardah di Borobudur Kediri. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(3), 88-99
- Paturohma, P. (2024). Pengaruh brand ambassador terhadap keputusan pembelian ulang konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(1), 33–44.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran* (9th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Prasetyo, A., & Melati, R. (2022). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(1), 60–71.
- Putra, K. E. S., & Ariasih, M. P. (2024). Destination image as a mediator of the influence of service quality on the decision to purchase dolphin tourism services. *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Science*, 5(6), 2044-2051.
- Rizal, A. (2023). Persepsi konsumen dan brand ambassador dalam keputusan pembelian ulang. *Jurnal Pemasaran Modern*.
- Rohmatul, U., dkk. (2022). Pengaruh kualitas produk, brand ambassador dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian ulang Nature Republic. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(2), 56-67.
- Rustadi, A. (2018). *Kecantikan dan Psikologi* (hal. 10-25). Penerbit XYZ.
- Samosir, R. (2016). Pengaruh brand ambassador terhadap keputusan pembelian ulang (hal. 15-22). *Jurnal Ilmiah Manajemen*.

- Santoso, S. (2001). *Statistik untuk penelitian*. Elex Media Komputindo.
- Saputro, D. (2018). Kosmetik dan perkembangan remaja perempuan (hal. 5-15). *Jurnal Kesehatan*.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2015). *Consumer behavior* (11th ed.). Pearson Education.
- Suarmaja, I. B. K., Cipta, I. W., Yulianthini, N. N., & Yudiaatmaja, F. (2021, November). The Impact of Digital Marketing System on Weaving Crafts Sales Growth in Buleleng Regency. In *6th International Conference on Tourism, Economics, Accounting, Management, and Social Science (TEAMS 2021)* (pp. 343-347). Atlantis Press.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunandie, E., dkk. (2024). Keputusan pembelian ulang pada generasi Z ditinjau dari endorsment. *Jurnal Simplex*, 2(2), 15–25.
- Supranto, J., & Nandan, R. (2011). *Dasar-Dasar Pemasaran* (hal. 30-50). Mitra Wacana Media.
- Suryani, N. (2008). *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik* (hal. 80-95). Penerbit Andi.
- Susriyawati, K. A., & Suarmanayasa, I. N. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Pembelian Ulang Scarlett Whitening di Queen Beauty Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 550-559.
- Tjiptono, F. (2008). *Pemasaran Jasa* (hal. 100-120). Andi.
- Triwardhani, R. (2020). *Perilaku Konsumen dan Manajemen Pemasaran*. Andi.
- Wua, G. S., dkk. (2019). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian ulang produk PT. Telesindo Shop sebagai distributor utama Telkomsel di Manado. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 45-56.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Pemerintah Kabupaten Buleleng – Profil Pemerintahan. (n.d.). *Profil pemerintahan Kecamatan Buleleng*. Pemerintah Kabupaten Buleleng.