DAFTAR PUSTAKA

Afif, M. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Harga , dan Promosi MS Glow. *(JAMIN) Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, *4*(2), 147–167.

Alma, B. (2014). *Manajemen dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Ananda, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Skincare. *Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, *2*(3), 75–82.

Assauri. (2015). *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Ghozali. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 edisi ke-9.* Semarang: Universitas Diponegoro.

Lea-Greenwood, G. (2012a). *Fashion Marketing Communications*. USA: Wiley.

Kotler, Philip & Kevin Lane, Keller. (2016). *Marketing Management,* 15th Edition New Jersey. Pearson Pretice Hall, Inc.

Kotler, Philip and Armstrong, Gary. (2011). *Principles of Marketing*. Pearson Education, England.

Kotler, Philip dan Gery Amstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2015). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.

Malhotra. (2010). *Marketing Research An Applied Orientatiom Second Education*. New Jersey: Prentice Hall Inc.

Mutiah, T. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett di Mahasiswa UBSI Kelas 44.3B. *AKRAB JUARA*, *6*(Desember), 148–158.

Ramadhani, R. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Brand Image dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus terhadap konsumen scarlett whitening surakarta). *Edunomika*, *06*(01), 515–525.

Robiah, D. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin. *YUME : Jurnal of Management*, *5*(1), 433–441. https://doi.org/10.37531/yume.vxix.235

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif (kedua; Setiyawati, Ed)*. Bandung: Alfabeta.

Compas.co.id. (2021). *10 brand Skincare Lokal Terlaris*. tersedia: https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/. diunduh 10 April 2022.

Swasta, Basu dan Handoko. (2011). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

GLOW, M. (2022). *Tentang Produk Skincare MS Glow*. tersedia: https://www.msglowid.com/?gclid. diunduh 12 April 2022.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius chandra. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.

Ummat, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador dan Persepsi

Harga Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, *4*(6), 2279–2291.

Lamb, C.W., Hair, J.F.,& McDaniel, C. (2009). *Marketing.* 10th ed. Mason:OH.

Romdonah, R.,Fathoni, A., & Haryono, A. T. (2015). Pengaruh Inovasi Produk, Harga dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus pada Konsumen Dealer Honda Pratama Kurnia Kasih). *Journal of Management,* 1(1).

Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. *Fashion Marketing Communication E-book.* Somerset, NJ, USA: Wiley.

Kotler, Philip. 2016. Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: Bumi Aksara.

Kotler, P dan Amstrong. 2018. Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Selemba Empat. Jakarta.

Turner, Bonner & Marshall.(2012). Kamis,(2019). *Strategi Branding Melalui Penggunaan Brand Ambassador di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Kantor Pusat Bandung*. Vol. 04 No. 03 Januari 2012

Musrid. 2014. *Manajemen Pemasaran*. bumi Aksara: Jakarta

Petiwi, Marina Intan, dkk. 2016. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian: Studi pada Coffee & Baker's King Donuts di MX Mall Malang, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 37, No. 3.

Foster, Bob. 2016. *Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product "Amidis" (Case Study on Bintang Tranding Company).* American Research Journal of Humanities and Social Sciences (ARJHSS) ISSN (Online) :2378-7031 Volume 2, 2016.

Royan, Frans M. 2016. *Marketing Selebrities.* Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Santoso, Singgih. 2012. *Statistik Paramerik.* Jakarta: PT Granmedia Pustaka Umum

Sekaran-Bougie. (2013). *Research methods for business : a skill-buillding approach 6th ed.* West Sussex, UK : John Wiley & Sons Ltd.

Smilansky, Shaz. 2009. *Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences.* London and Philadelphia: Kogan Page.