



## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity*. In *New York, NY*.
- Anandyara, S., & Samiono, B. E. (2022). *Analisis Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Purchase Intention Melalui E-Trust, E-WOM, Brand Awareness Dan Attitude Towards Advertisement Pada E-Commerce Lazada*. 03, 113–123.
- Anonymous, (@t\*\*\*\*7). (2022). *Maaf baru kasih penilaian... [Komentar pada Review Scarlett Whitening Body Lotion]*. Diakses pada 9 Februari 2023 melalui.
- Axm61w8808. (2022). *Tekstur halus, lembut, dan... [Komentar pada Review Scarlett Whitening Body Lotion]*. Diakses 9 Februari 2023 melalui.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business Research Methods*. In *Proceedings of the Annual Reliability and Maintainability Symposium*.  
<https://doi.org/10.1109/arms.1991.154456>
- Databoks. (2021). *Industri Kosmetik Tumbuh 5,59 Persen, Ini Merek Perawatan Tubuh Terlaris pada Agustus 2021*.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/05/industri-kosmetik-tumbuh-559-persen-ini-merek-perawatan-tubuh-terlaris-pada-agustus-2021>
- Deviratnamutia. (2022). *Tekstur semi padat, performa sangat bagus... [Komentar pada Review Scarlett Whitening Body Lotion]*. Diakses 9 Februari 2023 melalui.  
[https://shopee.co.id/Scarlett-Whitening-Body-Lotion-Romansa-i.255365082.3432107924?sp\\_atk=983362e3-6f3c-459a-92fb-5925c7a2d41d&xptdk=983362e3-6f3c-459a-92fb-5925c7a2d41d%0A%0A](https://shopee.co.id/Scarlett-Whitening-Body-Lotion-Romansa-i.255365082.3432107924?sp_atk=983362e3-6f3c-459a-92fb-5925c7a2d41d&xptdk=983362e3-6f3c-459a-92fb-5925c7a2d41d%0A%0A)
- Dewinurwati179. (2022). *Tekstur kental lembut, performa mencerahkan... [Komentar pada Review Scarlett Whitening Body Lotion]*. Diakses 9 Februari 2023 melalui.  
[https://shopee.co.id/Scarlett-Whitening-Body-Lotion-Happy-i.255365082.21323512061?sp\\_atk=b15b2656-de14-4014-bf33-3a1d526e6bd6&xptdk=b15b2656-de14-4014-bf33-3a1d526e6bd6](https://shopee.co.id/Scarlett-Whitening-Body-Lotion-Happy-i.255365082.21323512061?sp_atk=b15b2656-de14-4014-bf33-3a1d526e6bd6&xptdk=b15b2656-de14-4014-bf33-3a1d526e6bd6)
- Firmansyah, A. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek*. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 336.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.).
- Ghozali, I. (2020). *Partial Least Squares Konsep, Metode, dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 7.0* (4th ed.).
- Gollwitzer, P. M. (1999). *Implementation intentions: Strong effects of simple plans*. *American Psychologist*, 54(7), 493–503. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.54.7.493>
- Hair Jr, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. <https://doi.org/10.1002/9781119409137.ch4>
- Hayes, A. (2022). *What Is a Confidence Interval and How Do You Calculate It?* Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/c/confidenceinterval.asp>
- Hendrawan, D., & Zorigoo, K. (2019). *Trust in Website and Its Effect on Purchase Intention for Young Consumers on C2C E-Commerce Business*. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 17(3), 391–399. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2019.017.03.02>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- Ingredio.id. (n.d.). *Logo Scarlett Whitening*. <https://ingredio.id/scarlett-brightening-facial-wash/scarlett-logo/>
- Ismail, N., Kinchin, G., & Edwards, J.-A. (2017). Pilot Study, Does It Really Matter? Learning Lessons from Conducting a Pilot Study for a Qualitative PhD Thesis. *International Journal of Social Science Research*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.5296/ijssr.v6i1.11720>
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). 'Strategic brand management.' In *Journal of Brand Management* (Vol. 5, Issue 6). <https://doi.org/10.1057/bm.1998.36>
- Khuong, M. N., & Tran, N. T. H. (2018). The Impacts of Product Packaging Elements on Brand Image and Purchase Intention — An Empirical Study of Phuc Long's Packaged Tea Products. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 9(1), 8–13. <https://doi.org/10.18178/ijtef.2018.9.1.580>
- Kompas.com. (2021). *Twice sebagai Duta Merek Scarlett*. <https://lifestyle.kompas.com/read/2021/10/16/152300420/brand-skincare-scarlett-gandeng-girland-twice-jadi-star-ambassador?page=all>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. In *Marketing Management*.
- La-Greenwood, G. (2012). *Principles of Marketing 17e*. In *John Wiley & Sons, Ltd* (Vol. 13, Issue 1).
- Okaviani, N., & Zainurossalamia, S. Z. (2021). Pengaruh Brand Ambassador "Blackpink" terhadap Purchase Intention melalui Brand Image. *Inovasi*, 17(3), 395–402. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/INOVASI>
- Putra, A. S. (2015). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan. iv nomor 2*.
- Rahayu, N. C., & Jamiat, N. (2021). *The Influence of Brand Ambassador BTS ( Bangtan Seoyeondan ) on Tokopedia Consumer Purchase Intention in Bandung City*. 5(2), 81–85.
- Sabella, V. P., Hermawan, A., Dhewi, T. S., Malang, U. N., & Author, C. (2022). *The Influence of Brand Ambassador and Social Media Marketing on Purchase Intention Through Brand Image (Study on Consumers " Sang Dewa Snack" ) 1,2,3*. 2(1), 120–128.
- Sadrabadi, N., A., Saraji, M., K., & Zadeh, M., M. (2018). Evaluating the Role of Brand Ambassadors in Social Media Ganes. Diambil kembali dari <https://journal-of-marketing-management-and-consumer-behavior.com/>. *Journal of Marketing Management and Consumer Behavior*, 2(3), 54–70. [https://www.researchgate.net/publication/329830660\\_Evaluating\\_the\\_Role\\_of\\_Brand\\_Ambassadors\\_in\\_Social\\_Media](https://www.researchgate.net/publication/329830660_Evaluating_the_Role_of_Brand_Ambassadors_in_Social_Media)
- Samosir, L. S., Putri, Y. R., & Nurfebriani, S. (2016). Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra Terhadap Putusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Bandung. *Jurnal Sositeknologi*, 15(2), 233–240. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2016.15.02.6>
- Scarlettwhitening.com. (n.d.). *Kategori Produk Scarlett Whitening*. <https://scarlettwhitening.com>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta dilindungi undang-undang. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis* (Edisi 6 Bu).
- Siagian, D., & Sugiarto. (2006). *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*.
- Simamora, B. (2022). Decision, intention, expectation, willingness, and volition: Critics and comments. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, 29(1), 1–15. <https://doi.org/10.46806/jep.v29i1.834>
- Umbar, H. (2019). *Metode Riset Manajemen Perusahaan*.
- Wulandari, S. P., Roho, W., Hutauruk, B., & Prasetyaningtyas, W. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Purchase Intention yang dimediasi Brand Image dan Brand Awareness. *12(2)*, 127–137.
- ZHDI, Z., SUHARJO, B., & SUMARNO, H. (2016). Perbandingan Pendugaan Parameter Koefisien Struktural Model Melalui Sem Dan Pls-Sem. *Journal of Mathematics and Its Applications*, 15(2), 11–22. <https://doi.org/10.29244/jmap.15.2.11-22>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.