

DAFTAR PUSTAKA

- Anas, A. A., & Sudarwanto, T. (2020, Desember 5). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian di Eiger Store Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 953-958. Retrieved from <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/39996/34771>
- Andi, Suyono, Hafis, P. A., & Hendri. (2020, Maret). Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk, Desain Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Asus pada Mahasiswa Pelita Indonesia. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 23-36. Retrieved from <https://ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/article/view/624/445>
- D. T., Putri, A. N., & Juwito. (2020, Oktober). Pengaruh Terpaan Iklan Nacific di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nacific pada Followers Akun @Nacificofficial.id. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 142-155. Retrieved from <http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIK/article/view/357/325>
- Deisy, M., Lopian, J., & Mandagie, Y. (2018, September). Analisis Citra Merek, Harga Produk dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung pada Seluruh Gerai-Gerai Seluler di IT Center Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4), 2288-2297. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/20997>
- Dewi, W. C., & Nursanti, E. (2022). Body Image Dengan Harga Diri Pada Wanita Dewasa Awal Pengguna Skincare (Perawatan Wajah). *IDEA: Jurnal Psikologi*, 6(2). Retrieved from <https://ejournal.undar.or.id/index.php/idea/article/view/56/42>
- E. M., & S. S. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022, Januari 15). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador dan Brand

- Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30-42. Retrieved from <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/840/532>
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25, Edisi 9*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hutagaol, R. S., & Safrin, F. A. (2022, Juni). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening. *Journal of Social Research*, 1(7), 761-772. Retrieved from <https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr/article/view/147/206>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Inggasari, S. M., & Hartati, R. (2022, April). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. 3(1), 1-22. Retrieved from <http://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/view/298/153>
- Iriani, F., & Indriyani, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar. Retrieved from <http://info.trilogi.ac.id/repository/assets/uploads/MNJ/ca233-penelitian-francy-dan-rini-pdf.pdf>.
- Irwanto, & Retno, L. H. (2020). Penggunaan Skincare Dan Penerapan konsep Beauty 4.0 Pada Media Sosial (Studi Netnografi Wanita Pengguna Instagram). *Journal Komunikasi*, 11(2), 119 - 128. Retrieved from <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/index>
- Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 44-54. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jab/article/view/23499/23156>
- Laraswanti, N., & Setyawati, H. A. (2022, Februari). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust dan Variety of Selection Terhadap Minat Beli Body Lotion Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(1), 97-111. Retrieved from

<https://jurnal.universitaspurabangsa.ac.id/index.php/jimmba/article/view/67/34>

Mahiri, E. A. (2020, November). Pengaruh Brand Image dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjarn. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 227-238. Retrieved from

<http://journal.ikopin.ac.id/index.php/coopetition/article/view/154>

Mariyana, D., & Boer, K. M. (2023, Januari 26). Analisis Komunikasi Pemasaran Produk Kecantikan Scarlett Whitening di Kota Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 13- 27. Retrieved from <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/?p=4716>

Maulana, A., & Lestariningsih, M. (2022). Pengaruh Harga, Brand Ambassador dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 11(09), 1 - 17. Retrieved from <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4881>

Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.

Pintubatu, C., & Saputri, M. E. (2021, Oktober). Pengaruh Brand Image dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia. *e-Proceeding of Management*, 8(5), 49-57. Retrieved from <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/16217>

Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Bandung Alf.

Putri, R. M., & Istiyanto, B. (2021, Juni). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus pada Perempuan di Surakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 4(2), 78-88. Retrieved from

<http://jurnalfe.ustjogja.ac.id/index.php/ekobis/article/view/2204>

R. P. (2018). *Human Capital Manajemen*. Bogor: In Media.

- Risna, Hamid, R. S., & Salju. (2021, Januari). Pengaruh Periklanan, Celebrity Endorser dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsilk Hijab pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 4(1), 82-100. Retrieved from <https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/258/141>
- Salsabila. (2023, April 10). Celebrity Entrepreneurship to The Next Level: Bisnis Skincare Artis Melaju ke Level Lebih Tinggi Berkat Felicya Angelista dan Scarlett. Retrieved from <https://compas.co.id/article/bisnis-skincare-artis/>
- Setiawan, L. (2018, April). Pengaruh Celebrity Endorserment Terhadap Purchase Intention dengan Brand Awareness sebagai Variabel Mediasi pada Produk Green Tea Esprecielo Allure. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 53-60. Retrieved from <https://jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article/view/20722>
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Suprpto, R., & Azizi, M. W. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Ponorogo: Myria Publisher.
- Syam, A. N., & Wijaksana, T. I. (2022, Agustus). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening. *eProceedings of Management*, 9(4), 2124. Retrieved from <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/18299>
- Syarifuddin, N., & Maisyura, M. (2022, April). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Malikussaleh. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 95-114. Retrieved from <https://ojs.unimal.ac.id/na/article/view/7728/pdf>
- Tingga, C. P., Geno, Z. A., & Rizkia, N. D. (2022). *Manajemen Merek*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- U. H. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis (Edisi Ketik)*. Grammedia Pustaka Utama.
- Wibowo, R. A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: R.A. Wibowo.