

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*. Pasuruan: Qiara Media.
- Agatha, C., Tumbel, A., & Soepeno, D. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Oriflame Di Manado the Effect of Brand Image and Electronic Word of Mouth on Interest To Buy Oriflame Consumers in Manado. *Riset Ekonomi*, 7(1), 131–140.
- Alawiyah, T., Edy, L., Mulyono, H., Rinuastuti, B. H., & Ekonomi, F. (2022). Pengaruh country of origin, brand image dan brand trust terhadap minat beli produk ms glow. *Urgentrev management*, 2(2).
- Arifa Qonita. (2018). Analisis Pengaruh Iklan, Celebrity Endorser, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Wardah Kosmetik (Survei Pada Calon Konsumen Wardah kosmetik komplek pondok pesantren Mulungan wetan, Mlati, Sleman, DIY ). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(8), 1–11. <http://jurnalfe.ustjogja.ac.id/index.php/ekobis/article/view/551/568>
- Astuti, S. M. K., Lukitaningsih, A., & Hatmanti, L. T. (2021). Analisis Pengaruh Celebrity Endorse, Beauty Vlogger, Word Of Mouth, Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Emina. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 53–62.
- Ayu, I. G., Febriati, U., Nyoman, N., & Respati, R. (2020). The Effect of Celebrity Endorser Credibility and Product Quality Mediated by Brand Image on Purchase Intention. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 3, 464–470.
- Bancin, J. B. (2021). *Citra Merek dan Word Of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)* (Edisi Pert). Media Publishing.
- Benowati, S. G., & Purba, T. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah di Kota Batam. *Journal of Management, Accounting, Economic and Business*, 1(1), 56–70.
- Bisnis, J. E., Wicaksono, B. S., Terang, E., & Semarang, U. (2022). Pengaruh E-Wom Dan Kredibilitas Brand Terhadap Minat Pembelian Dengan Sikap Brand Sebagai Intervening. *JEBMAK*, 1(3).
- Chaerudin, R. M., & Permana, T. E. (2019). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Smartphone Android dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Di Lingkungan Mahasiswa Universitas Bandung Raya. *Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Akuntansi & Manajemen*, 1(2), 70–86.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Makassar: Global Research and Consultating Institute

- Dam, T. C. (2020). Influence of Brand Trust, Perceived Value on Brand Preference and Purchase Intention. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(10), 939–947.
- Damanik, S. W. H., & Purba, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Minat Beli Konsumen Produk Bedak Tabita Skincare. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(2), 335–340.
- Damayanti, R., Husen, Z., & Mesar, Z. S. H. S. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Dengan Electronic Word of Mouth Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Skincare Emina. *Jurnal Mitra Manajemen*, 5(6), 390–398.
- Damiati, Masdarini, L., Suriani, M., Adnyawati, N. D. M. S., Marsiti, C. I. R., Widiartini, K., & Angendari, M. D. (2021). *Perilaku Konsumen* (Vol. 5).
- Firmansyah, A. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek*, August, 336.
- Firmansyah, D. M. A. (2018). Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen). *Jurnal Agora*, vol. 5 No.(september), 5–299.
- Habibah, I. N., & Nasionalita, K. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Yang Dilakukan Oleh Beauty Influencer Terhadap Minat Beli Brand Make Up Wardah (Studi Pada Subscribers Youtube .... *eProceedings ...*, 6(3), 6412–6420.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketig & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Cirebon: Insania.
- Hasanah, U., & Giyartiningrum, E. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Endorsement Selebriti Instagram terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Skin Care MS GLOW. *Journal Competency of Business*, 5(02), 155–172.
- Jannah, F. W., Karnadi, & Harisandi, Y. (2022). Kualitas Produk Dan Celebrity Endorser Dalam Menentukan Minat Beli Produk Ms Glow Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening Di Hanaa Beauty Store Situbondo. *Jme*, 1(8.5.2017), 2003–2005.
- Kambolong, M., Nurjannnah, & Ambarwati, L. (2021). *Metode Riset dan Analisis Saluran Distribusi*. Pasuruan: Qiara Media.
- Kholik, A., Maulida, S., Dadan Suganda, A., & Musfirowati Hanika, I. (2020). Perilaku Konsumen. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 11–28.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *MyMarketingLab™*.
- Laraswanti, N., & Setyawati, H. A. (2022). 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 (JIMMBA)*, 4(1), 97–111.

- Lia, P., Anggarani, P., Agung, A., Agung, P., Putu, N., & Dharmadewi. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame. *Jurnal EMAS*, 3.
- Mandasari, W. J., & Hidayat, I. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Iklan Dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Yamaha N-Max. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(9).
- Masato, E., & Sopiah. (2021). The Effect of a Celebrity Endorser on Purchase Interest through Brand Image. *KnE Social Sciences*, 2021, 188–199.
- Melinda, V., Artina, N., & Lestari, R. B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Brand Ambassador, Dan Word Of Mouth (Wom) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Skincare Nature Republic Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 111–121.
- Nurdin, S., & Wildiansyah, V. (2021). Peran Mediasi Citra Merek Pada Hubungan Antara Electronic Word Of Mouth ( E-Wom ) Oleh Beauty Vlogger. *Jurnal Sain Manajemen*, 3(1), 11–20.
- Nurhandayani, A., Syarief, R., & Najib, M. (2019). The Impact of Social Media Influencer and Brand Images to Purchase Intention. *Universitas Brawijaya Journal of Applied Management (JAM)*, 17(4), 650–661.
- Nurida, & Ernawati, S. (2020). Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pengguna Handphone Oppo Di Kota Bima. *Jurnal Ilmiah Manajemen "E M O R,"* 3(2), 1–15.
- Prasojo, E., Manajemen, P., & Syariah, B. (2019). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Melalui Brand Image ( Studi Pada Mahasiswa Kota Tegal ) Journal Competency of Business. *Journal Competency of Business*, 3(I), 14–33.
- Putera, I. W. P., & Warmika, I. G. K. (2020). The Role of Brand Image Mediates the Effect of Electronic Word of Mouth on NMAX Purchase Intention in Tabanan City. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 3, 97–105.
- Putra Bagaskara, B., & Any Agus Kana, dan. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen iPhone pada Mahasiswa YKPN Yogyakarta. *Any Agus Kana*, 2(1), 35–56.
- Putri, D. E., Sudirman, A., & Suganda, A. (2021). *Brand Marketing* (Edisi 1). Bhakti Persada Bandung.
- Rahmadani, G., Suliyanto, & Novandari, W. (2022). Influence Of Celebrity Endorsement Brand Image And Product Quality On Purchase Intention. *International Conference on Sustainable Competitive Advantage*, 12(1), 110–118.

- Ramlawati, R., & Lusyana, E. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Wardah Pada Mahasiswa Hpmm Cabang Maiwa Di Makassar. *Jurnal Manajemen & Organisasi Review (Manor)*, 2(1), 65–75.
- Rukmi Feny, W., & Sutedja, B. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Skincare MS Glow Beautyhome di Demak). *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1).
- Senavirathne, T. N., & Kumaradeepan, V. (2020). The Relationship between Product Quality and Purchase Intention on Women's Skin Care Products in Sri Lanka, with Special Reference to Anuradhapura District. *Shanlax International Journal of Management*, 8(2), 85–89.
- Septiani, I. D., Sampurno, & Derriawan. (2019). Pengaruh Endorser Non-Selebriti Terhadap Brand Image Dan Brand Trust Serta Berdampak Pada Minat Beli Konsumen Produk Pond'S Instabright Tone Up Milk Cream Melalui Media Sosial Instagram. *Jimea-Jurnal Inovasi Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(2), 172–187.
- Sinaga, B. A., & Sulistiono, S. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Beli Pada Produk Fashion Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 79–94.
- Subastian, D. V., Ayu, D., Palupi, R., Firsya, E., & Vicky, F. (2021). Celebrity Endorser Raffi Ahmad Terhadap. *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(1), 1–10.
- Sudaryanto, S., Hanim, A., & Defani, R. R. (2022). Universitas Jember Effect of Electronic Word of Mouth ( E-wom ), Brand Ambassador , and Price on Purchasing Interests in Products of Industrial Cosmetics among University Students During Pandemic Covid-19 Digital Universitas Jember Digital Repository Repo. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 7(11), 898–904.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sutisna, & Susan, M. (2022). *Peilaku Konsumen Sebagai Dasar Untuk Merancang Strategi Pemasaran* (Edisi 1). Andi.
- Syahputro, E. N. (2020). *Melejitkan Pemasaran UMKM Melalui Media Sosial*. Caremedia.
- Tamara, A. N. (2021). Pengaruh Brand Awareness dan Celebrity Endorser Terhadap Kepercayaan Serta Dampaknya pada Minat Beli Produk (Studi pada Konsumen MADEENAA.ID). *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(9), 1456–1476.

- Tammah, A., Suci, R. P., Manajemen, P., Malang, U. W., Manajemen, P., Malang, U. W., Manajemen, P., Malang, U. W., Produk, K., & Merek, C. (2021). Peran Mediasi Kualitas Produk Dan Citra Merek Atas Pengaruh E-Wom Terhadap Minat Beli. *Wnceb*, 2(1), 58–65.
- Then, N., & Johan, S. (2021). Effect of Product Quality, Brand Image, and Brand Trust on Purchase Intention of SK-II Skincare Products Brand in Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(5), 530.
- Ubat Ati, P. S., Islamudin, I., & Fintahiasari, M. (2020). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Elektronik Merek Polytron. (*JEMS*) *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 1(2), 168–176.
- Wilyan, W. A., Said, S., & Najmudin. (2022). Pengaruh Harga dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Safi Skincare Pada Mahasiswa FEB Untirta. *Mdp Student Conference (Msc)*, 239–244.
- Wjaya, G. P., & Yulita, H. (2022). Pengaruh Konten Marketing, E-WoM, dan Citra Merek di Media Sosial Tiktok terhadap Minat Beli Kosmetik Mother of Pearl. *Journal of Business & Applied Management*, 15(2), 133–142.
- Yosefine, C., & Budiono, H. (2023). *Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Produk Innisfree Pada Mahasiswa / I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tarumanagara Latar belakang Berbicara mengenai seorang wanita tidaklah lepas dari kata “ cantik ”. Cantik bersifat relatif , terhadap merek d. 05(02), 277–286.*
2021. Pedoman Penyusunan Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muria Kudus, Kudus. Hal 1-58.
- <https://inspiringmovement.Wardahbeauty.com/about#:~:text=Wardah%20merupakan%20brand%20kosmetik%20halal,perempuan%20tampil%20cantik%20sesuai%20karakternya.>, diakses 21 September 2022
- [https://dcs.binus.ac.id/2022/06/10/pentingnya-beradaptasi-dengan-kemajuan-teknologi/.](https://dcs.binus.ac.id/2022/06/10/pentingnya-beradaptasi-dengan-kemajuan-teknologi/), diakses 22 September 2022
- <https://goodstats.id/article/menilik-meningkatnya-konsumsi-produk-kecantikan-di-indonesia-LcQed.>, diakses 22 September 2022
- <https://www.suara.com/pressrelease/2022/09/13/105011/hingga-juli-2022-industri-kosmetik-meningkat-83-dan-didominasi-ukm.>, diakses 22 September 2022
- [https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/.](https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/), Diakses 22 September 2022
- [https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/pejuang-pasar-produk-kecantikan-dan-perawatan/.](https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/pejuang-pasar-produk-kecantikan-dan-perawatan/), diakses 22 September 2022