

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., & Rahman, M. A. (2021). Hubungan Antara Daya Tarik Iklan Dan Desain Kemasan Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Ulang Wardah Cosmetic Yang Dimoderasi Brand Image. In *Study Of Scientific And Behavioral Management (Ssbm)* (Vol. 2, Issue 2). [Http://Journal.Uin-Alauddin.Ac.Id/Index.Php/Ssbm](http://Journal.Uin-Alauddin.Ac.Id/Index.Php/Ssbm)
- Achmad, R., & Vialine, M. A. D. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Abel Cantika Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Brand Image Situs Belanja Online Lazada Bagi Akun Fansbase Teamnyoy. *Esensi: Jurnal Manajemen Bisnis*, 24(2), 228–244.
- Aisha, N., & Kurnia, E. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Menggunakan Dompot Digital “OVO.”* 153–163.
- Akiyat, M. H. F., & Sudrajat, R. H. (2021). Analisis Isi Daya Tarik Pesan Dan Fungsi Periklanan Pada Akun Official Tiket.Com Dan Traveloka Di Media Sosial Tiktok Periode Oktober 2020. *Openlibrarypublications.Telkomuniversity.Ac.Id*, 8 (6), 8840–8853. <https://Openlibrarypublications.Telkomuniversity.Ac.Id/Index.Php/Management/Article/View/17234>
- Amalina, O. N., & Christiani, L. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Pemustaka Terhadap Kualitas Pelayanan Perpustakaan Dengan Metode Libqual+Tm (Studi Kasus Di Perpustakaan Politeknik Kementerian Kesehatan Semarang). *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 9 (2), 33–41. <https://Ejournal3.Undip.Ac.Id/Index.Php/Jip/Article/View/29978/25006>
- Amalo, P. A., Sia Niha, S., Manafe, H. A., Paridy, A. (2023). Pengaruh Media Sosial, Celebrity Endorser, Brand Image, Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Ms Glow Kupang Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 4(6). <https://Doi.Org/10.31933/Jemsi.V4i6>
- Andriani, D., & Ansyah, A. (2024). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Promosi Terhadap Minat*. 1(2), 89–102.
- Ayuningrum, V., Arumsari, N. R., & Fahira, K. T. (2024). *The Influence of Digital Marketing , E-WOM , and Trust on Purchasing Decisions at blibli . com : A Case Study of blibli . com E-Commerce Consumers in Kudus*. 2024, 157–168. <https://doi.org/10.18502/kss.v9i17.16320>
- Ajzen, i. (2020). The theory of planned behavior : Frequently asked questions. *Theoretical Article*. (2), 314-324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>

- Bilgies, A., Risal Tawil, M., Mardiah, A., Jusatria, & Arief, I. (2023). Analysis Of The Influence Of Online Consumer Reviews, Seasonal Digital Advertising And Celebrity Endorsers On Repurchase Intention Of E-Commerce Consumers. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 5(4), 26–32. <https://doi.org/10.60083/Jidt.V5i4.412>
- Darwin, M., Mamondo, M. R., Sormin, S. A., Hardi, Y. N., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, Budi, P. V., Prasetyo, A. A. G. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif* (T. S. Tambunan (Ed.); Issue June). Cv. Media Sains Indonesia.
- Dugleux, P. (2020). Ethical Vs Unethical Minded Consumer Groups: Effects Through The Mediation Of The Theory Of Planned Behaviour On The Intention To Purchase During Price Promotion Periods In The United Kingdom. *School Of Economics And Management*, (4), 2-70
- Dzaki, A. L., & Zuliestiana, D. A. (2022). Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pengguna Situs E-Commerce Jd.Id. *E-Proceeding Of Management*, 9(2), 125–139.
- Eliza, & Mulya, J. (2021). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Ulang Shampoo Pantene*. <https://ojs.fkipummy.ac.id/index.php/jusie>
- Fatmalawati, D. S., & Andriana, A. N. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Kosmetik Pt. Paragon Technology And Innovation. *Jmb : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 177–186. <https://doi.org/10.31000/Jmb.V10i1.4228>
- Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Produk Dan Merek (Planning Dan Staregy). *Manajemen Pemasaran*, 336.
- Haiban, M. L., & Rimadias, S. (2023). Analysis Of Factors Forming Attitude Towards Brand And Repurchase Intention By Using Brand Ambassadors On The Shopee Online Shopping Platform. *Jurnal Ilmu Manajemen & Ekonomika*, 15(2), 41–56. <https://doi.org/10.35384/Jime.V15i2.368>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When To Use And How To Report The Results Of Pls-Sem. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/Ebr-11-2018-0203>
- Handayani, Y. (2022). How E-Service Quality And E-Trust Affect Reuse Decision On Aplikasi Privyid. *Journal Management*, 21(1), 18–30. <https://doi.org/10.33557/Mbia.V21i1.1654>
- Hidayah, S. A., & Apriliani, R. A. E. P. (2019). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan (Studi Pada Pasar Grosir Setono Batik Pekalongan). In *Journal Of Economic, Business And Engineering* (Vol. 1, Issue 1).

- Ilmiyah, K., Krishernawan, I., Al-Anwar Jalan Raya Brangkal No, S., Mojokerto, S., & Timur, J. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. [Http://Www.Maker.Ac.Id/Index.Php/Maker](http://Www.Maker.Ac.Id/Index.Php/Maker)
- Ghozali, P.H. (2018). *Aplilasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Islamiyah, N., Hidayati, N., Rizal, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Pengguna E-Commerce Shopee Mahasiswa Universitas Islam Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 09(16), 156–167.
- Kalam, A. L. (2024). *Pengaruh Terpaan Iklan Pantene Miracles Di Youtube Melalui Daya Tarik Iklan Terhadap Sikap Audiens Pada Iklan Email : Nurifa.Ananda.An19@Mhsw.Pnj.Ac.Id Email : Titik.Purwinarti@Bisnis.Pnj.Ac.Id Jurnal Komunikasi Bisnis Dan Manajemen Iklan Merupakan Salah . 11(1), 52–68.*
- Karamoy, T. S. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Di Kota Manado. *Jurnal Emas*, 2(1), 98–106.
- Katubi. (2020). Shopee (Studi Kasus Dilakukan Pada Mahasiswa Universitas Islam Batik Surakarta Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen). *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 18(3), 203–219.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition* (Vol. 15e). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Kristian, G., Welsa, H., & Udayana, I. B. N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Trustworthiness Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(3), 509–520. <https://doi.org/10.37641/Jimkes.V9i3.570>
- Mailasari, S. H., & Wahid, U. (2020). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Wardah Cosmetics “Long Lasting Lipstic Feel The Color.” *Journal Komunikasi*, 11 (1), 1–8. <https://ejournal.bsi.ac.id/Ejurnal/Index.Php/Jkom/Article/View/6810>
- Mardiah, A., & Anugrah, H. (2020). Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan, Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Ulang Secara Online The Effect Of Shopping Orientation, Trust, And Purchase Experience On Online Re-Buying Interest. *Menara Ilmu*, 14(02), 1–11.
- Mariana et al., (2020). Prediksi Minat Beli Makanan Cepat Saji Halal : Aplikasi Theory of Planned Behavior. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 11 (1), 1180-1185

- 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. <https://doi.org/10.23887/Pjmb.V5i1.58952>
- Nugrahaeni, M., Guspul, A., & Hermawan, H. (2021). Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(2), 230. <https://doi.org/10.12928/Fokus.V11i2.4651>
- Pohan, M. M., & Sukmal, J. (2020). Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli (Studi Pada Smartphone Merk Oppo). *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 02(01), Hal. 13-17.
- Putra, A. (2021). Faktor – Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Implikasinya Pada Minat Pembelian Ulang Produk Sunnygold (Studi Kasus Pada Konsumen Sunnygold Di Jakarta Selatan). *Jurnal Doktor Manajemen (Jdm)*, 2(1), 196. <https://doi.org/10.22441/Jdm.V3i2.10205>
- Ramlawati, R., & Lusyana, E. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Wardah Pada Mahasiswi Hpmm Cabang Maiwa Di Makassar. *Jurnal Manajemen & Organisasi Review (Manor)*, 2(1), 65–75. <https://doi.org/10.47354/Mjo.V2i1.181>
- Rohani, S., & Hufron, M. (2020). Pengaruh Media Sosial Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Ms Glow Aesthetic Clinic Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 09(10), 48–65.
- Rosita, D., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Konsumen Mahasiswa. *Inobis: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 494–505. <https://doi.org/10.31842/Jurnalinobis.V4i4.200>
- Safitri, A. N. (2021). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Lazada. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-Bisma)*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.37631/E-Bisma.V1i1.212>
- Santoso, G., & Mahargiono, P. B. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Stiesia Surabaya) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(8), 1–16.
- Serambi, J., Tilaar, E., & Aco, L. (2024). Pengaruh Brand Image , Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Di Warkop Aweng Tolitoli. 7(1), 166–178.

- Setianingrum, A. M., & Murwanti, S. (2024). *Analisis Pengaruh Resonansi Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Pengguna Produk Skincare Ms Glow Di Surakarta 1. 13*, 157–170. <https://doi.org/10.34127/Jrlab.V13i1.1027>
- Setyawan, D.A. (2021). Hipotesis Dan Variabel Penelitian. In *Tahta Media Group*. Cv. Tahta Media Group.
- Sugiyono, P. D. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cv. Alfabeta.
- Suheri, A., Welsa, H., & Kurniawan, I. S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Maskapai Penerbangan Sriwijaya Air. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 5(2), 110–119. <https://doi.org/10.56338/Jks.V5i2.2250>
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. I., Putri, S. E., Ghetta, A.P.K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, C. P., Primasanti, Y., Ulfah, M., (2022). *Brand Marketing: The Art Of Branding* (M. M. Acai Sudirman, S.E. (Ed.)). Media Sains Indonesia.
- Suhardi, D., & Irmayanti, R. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Scarlett. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 72–77. <https://doi.org/10.55606/Jurima.V2i1.153>
- Suryawijaya, H., & Rusdi, F. (2021). Pengaruh Daya Tarik Iklan Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Terhadap Produk Sepatu Brodo Di Kalangan Anak Muda Jakarta Barat). *Prologia*, 5(1), 60. <https://doi.org/10.24912/Pr.V5i1.8111>
- Tjiptono. (2019). *Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukuran, Dan Strategi* (Ed.I).
- Udin, B., Agussalim, M., & Khoirul Abs, M. (2020). Pengaruh Nilai Hedonik Dan Nilai Utilitarian Terhadap Minat Beli Ulang Online Shop Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang). *Marketing*, 9(3), 108–122.
- Walidaini, B., & Ratnaningrum, N. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorsement , Kualitas Produk , Dan Citra Merek Terhadap Kepercayaan Pelanggan*. 1(1), 26–31.
- Wardani, D. S. D., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pengguna Scarlett Whitening). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2), 1148–1160. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V5i2.689>
- Wardi, Y. (2022). *The Influence Of Live Sale And Flash Sale On Repurchase Intention In The New Normal Era On Shopee Customers In Padang City*. 11(1), 1512-1525

- Yusuf, J. C., & Prayogo, R. (2021). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Di Traveloka. *Jurnal Petra*, 9(1), 1–11.
- Compas. Compas Data Marketing Insight : 7 Brand Eye Cream Yang Mendominasi Penjualan di Shopee & Tokopedia. <https://compas.co.id/article/brand-eye-cream/> Di akses pada 10 November 2023
- Infobrand. The Originote Kkonsisten Hadirkan Produk Skincare Berkualitas dengan Harga Terjangkau. <https://infobrand.id/the-originote-konsisten-hadirkan-produk-skincare-berkualitas-dengan-harga-terjangkau.phtml> Di akses pada 10 November 2023
- Marketeers. Ini Alasan Somethinc Gandeng BA Asal Korea Selatan. <https://www.marketeers.com/ini-alasan-somethinc-gandeng-ba-asal-korea-selatan/> Di akses pada 23 November 2023
- Neraca. Mampu Torehkan Transaksi Gemilang The Originote Raih Penghargaan Brand Choice Award 2023. <https://www.neraca.co.id/article/180378/mampu-torehkan-transaksi-gemilang-the-originote-raih-penghargaan-brand-choice-award-2023> Di akses pada 1 Juni 2024
- RRI. Indonesia Memiliki Potensi Industri Kosmetik dan Kesehatan yang Besar. <https://rri.co.id/bisnis/363812/indonesia-memiliki-potensi-industri-kosmetik-dan-kesehatan-yang-besar#:~:text=selama semester i-2023%2c pertumbuhan,menyentuh 9%25 pada tahun 2026> Di akses pada 10 November 2023
- Sociolla. The Originote. <https://review.soco.id/brand/15608/the-originote> Di akses pada 1 Juni 2024