

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, N., Muhammad Ekhsan. 2021. Pengaruh Citra merek Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Brand Trust Pada Produk Wardah. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, Vol 4, No 1, hal 2641- 3259.
- Alicia M. P., Wulandari A. 2024. Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc. *Prosiding Seminar Manajemen Bisnis*, Vol.2, No. 1, hal 199-206.
- Alifia, N., Jajok Dwiridotjahjono. 2023. Pengaruh Citra merek terhadap Kepercayaan Merek Studi Pada Pelanggan Wardah di Surabaya. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, Bol.5, No.1, hal 32-44.
- Amanda V., Pattaru, N., Paridy A., Londong J. P. 2024. Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Prodyk, Persife Value terhadap Kepercayaan Merek pada Produk Skincare Skintific. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, Vol..10, No.1, hal 562-568.
- Anandah N. A., Afifa U., Agustianis V. W. 2024. Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keutusan Pembelian Skincare Somethinc Bagi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik. *Economics and Digital Businee Review*, Vol.5, No.1, hal 275-280.
- Andita M. P. 2021. Peran Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Hubungan Kepribadian Merek Halal dan Loyalitas Merek. *Jurnal Manajemen Maranatha*, Vol. 21 Nomor 1, hal 45-54.
- Apriando, J. P., Soesanto, H., & Indriani, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Skintific di Kota Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, XVIII(2), hal 166–183.
- April A., Wulandari A., Sutiyaniti. 2024. Analisis Pengaruh Harga, Brand Ambassador dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening di Shopee. *Prosiding Seminar Manajemen Bisnis*, Vol. 2, No.1, hal 808-813.
- Aprilia, R., Laili Savitri Noor, Tia Ichwani. 2023. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Porduk Skincare MS. Glow di Kota Bekasi. *JIMP*, Vol.3, No.1, hal 42-57.
- Arikunto. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arni, P. S., Dewi Nuraini. 2022. Engaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Pelanggan Skincare Ms. Glow di Surabaya. *Insight Management Journal*, Vol.3, No.1, hal 22-30.

- Caputo, F., Pletcher K. 2013. *Emotion in Branding Path to Purchase: from Emotional to Rational*. Jacons Agency, Inc.
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. 2019. The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty. *Journal of Marketing*, Vol. 65, No.2, hal 81–93.
- Chusniartiningsih, Ek, Anik Lestari Andjarwati. 2019. Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra merek Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol.7, No.1, hal 85-95.
- Deviyanti, Fitriani Latief, Nurhaeda Z. 2023. Pengaruh Label Halal, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelia Brand Kosmetik Wardah di Citra Kosmetik Sungguminasa. *Malomo: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol.1, No.1, hal 103-113.
- Feny, W. R., Bambang Sutedjo. 2022. Pengaruh Celebrity Endorser, Citra merek terhadap Kepercayaan Merek dan Minat Beli (Studi pada Konsumen Skincare Ms. Glow Beautyhome di Demak). *SEIKO Journal of Management & Business*, Vol.5, No.1, hal 168-181.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, 2017. *Model Persamaan Struktural dan Aplikasi dengan Program Amos 24 edisi 7*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hikmah. A., Saryadi, Hari Susanta Nugraha. 2023. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepercayaan Merek Produk Wardah di Gudang Kosmetik Purwokerto. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol.12, No.1, hal 398-404.
- Indriani F., Rizal M., Sholehuddin S. 2024. Pengaruh Celebrity Endorser, Customer Satisfaction, Viral Market, Sertifikasi Halal terhadap Kepercayaan Merek (Studi Kasus pada Skintific di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, Vol.13, No.1, hal 31-45.
- Kuncoro, M. 2013. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kusuma. 2024. Analisis Gaya Hidup, Country of the Product dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare pada Perempuan Generasi Z di Kota Manado (Studi pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol.12, No.01, hal 441-452.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2014. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management. In Pearson Education Limited* (15 Edition). Erlangga.

- Laili F. M., Hariasih M. Kumalasari H. M. 2024. Peran Brand Ambassador, Citra merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Sunscreen. *Journal of Economic, Business and Accounting*, Vol.7, No.2, hal 2876-2888.
- Lau, G. T. and Lee, S. H. 2019. Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management*, 4, page 341-370.
- Madjid, C. N. F., Sudarmiati, Agus Hermawan. 2022. The Influence of Viral Marketing and Citra merek on Purchase Decisions through E-Trust (Study on Avoskin Skincare Customers). *International Journal*, Volume 2, Issue 2, hal 1-15.
- Meilano Y., Rahmat Hidayat. 2020. Analisis Pengaruh Customer Engagement dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Produk Skin Aesthetic. *Proceeding of Applied Science*, Vol.6, No.2, hal 886.
- Montana K., Kurniawati D. 2024. Pengaruh Label Halal, Citra merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Kepercayaan Merek Produk Skincare Impor pada Generasi Z Kota Pekanbaru. *Journal of Religious and Social Scientific*, Vol.18, No.1, hal 110-126.
- Nabila A. N., Sutedjo B. 2024. Pengaruh Ekuitas Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Beli Ulang (Studi pada Wanita Pengguna Skincare dan Bodycare Scarlett Whitening). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, Vol.5, No.1, hal 1057-1065.
- Ningtias D. I., Surianto M. A. 2024. Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Azarine di Gresik. *Journal of Economics and Business*, Vol.13, No.1, hal 17-31.
- Osiska, D., Rizka Leonitha, Rosita, Eman Sulaeman. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Wilayah DKI Jakarta & Jawa Barat). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Vol.9, No.4, hal 107-115.
- Putri A., Rachma N., Sholehuddin S. 2024. Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi Kepercayaan Merek Produk Halal Skincare Somethinc (Studi pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang Tahun 2020). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, Vol.13, No.1, hal 543-552.
- Putri F. A., Hidayati N., Arsyianto M. T. 2024. Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc (Studi Kasus pada Mahasiswa Manajemen FEB UNISMA Angkatan 2020). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, Vol.13, No.01, hal 876-881.

- Putri R. R. A., Saputro E. P. 2024. Pengaruh Kualitas Produk, Citra merek terhadap Kepercayaan Merek dan Kepuasan Pelanggan Skincare Avoskin. *Jurnal Manajemen Dewantara*, Vol.8, No.1, hal 151-160.
- Rahayu D. R., Cahyani P. D., Cahya A. D. 2024. Pengaruh Citra merek dan Celebrity Endorser terhadap Purchase Decision dengan Brand Trust sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Produk Skintific di Yogyakarta). *Jurnal Cahya Mandalika*, Vol.5, No.1, hal 22-33.
- Rahmatika, N. P., Budi Wahono, Eris Dianawati. (2023). Pengaruh Citra merek, Kemasan Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Perawatan Wajah Emina. *E-Jurnal Riset Manajemen*, Vol.12, No.1, hal 1287-1294.
- Royan, Frans. M. 2017. *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sanditya, R. 2019. Hubungan Celebrity Endorser Dengan Keputusan Pembelian Produk Pakaian Pada Konsumen Secara Online di Media Sosial Instagram. *Psikoborneo*, Vol 7, No 1, hal 100-104.
- Schiffman, L. G. & L. L. Kanuk. 2013. *Consumer Behaviour*. New Jersey: Prentice Hall.
- Setianingrum A. M., Murwat S. 2024. Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Merek dan Loyalitas Merek pada Pengguna Produk Skincare Ms Glow di Surabaya. *Jurnal Lentera Bisnis*, Vol.13, No.1, hal 157-170.
- Shimp, A. Terence. 2014. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Sholikha M. U., Soliha, E. 2024. Pengaruh Celebrity Endorser, E-WOM, dan Product Placement pada Konten Youtube terhadap Kepercayaan Merek Produk Skintific (Studi pada Pengguna Skitific di Kota Semarang). *Management Studies and Enterpreneurship Journal*, Vol.5, No.1: 1338-1448.
- Sihombing N. E. T., Banua J. S. T. 2024. Pengaruh Celebrity Endorser dan Harga terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan Merek terhadap Produk Skincare Ms. Glow di Universitas HKBP Nommensen Medan. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Pendidikan*, Vol.7, No.1: 116-122.
- Simamora, B. 2017. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sumarwan, Ujang. 2016. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Supriyadi, M. E., Tia Chisca Anggraeni, Ibnu Cahyo Ramadhan, Imam Purwanto. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra merek dan Harga Terhadap

Kepuasan Konsumen pada Produk Kosmetik Emina di Bekasi. *Jurnal JUKIM (Jurnal Ilmiah Multidisplin)*, Vol.2, No.1, hal 10-18.

Tjiptono, F. P. D. (2019). *Pemasaran Jasa; Prinsip, Penerapan, Penelitian* (Andi (ed.); Edisi II). C.V. Andi Offset.

Tuwo N. E. Y., Ogi I. W. J., Wenas R. S. 2024. Pengaruh Kreativitas Iklan dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Skincare Scarlett Whitening pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science*, Vol.1, No.6, hal 233-243.

Wulandari, S.A., Siti Asiyah, Arini Fitria Mustapita. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS. Glow (Pada Mahasiswa FEB Prodi Manajemen Universitas Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, Vol.12, No.01, hal 1150-1162.

_____.2021. *Pedoman Penyusunan Skripsi, Program Studi Manajemen Tahun 2021*. Kudus: FEB Universitas Muria Kudus.