

DAFTAR PUSTAKA

- A. Anggun Aprilian, N. Z. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Kosmetik Y.O.U (Survey Pada Pengunjung Counter Produk Skincare Y.O.U Di Toko Ramadhani Kosmetik Sudiang). *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*(1), 81-88.
- Abid.Muhtarom, M. I. (2022). Analisis Citra Merek, Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli . *Jurnal Manajemen*, 36-47.
- Abul Hasan Asy'ari, A. J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Price fairness, Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Komunikasi, Bisnis, dan Manajemen*, 8(1).
- Acep Samsudin, R. H. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis*, 4(5).
- Adiba, S. T. (2020). The Effect Of Celebrity Endorsement On Brand Image In Determining Purchase Intention. *Journal Of Accounting, Business And Management (Jabm)*, 27, 60-73.
- Adjeng Syafitri Wirabuana, Z. H. (2022). Pengaruh Literasi Halal, Kualitas Produk, dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Innisfree Pada Masyarakat Muslim Medan Patumbak. *Jurnal BILAL: Bisnis Ekonomi Halal*, 110-119.
- Afnina, Y. H. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 21-30.
- Agus Santoso Siburian, G. W. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 176-190.
- Ahmad Izzuddin, M. M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen . *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* , 72-78.
- Alda Octavia Lestari, S. N. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Keragaman Produk dan Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian

Produk Kosmetik Make Over (Studi Kasus Pada Konsumen Wanita Di Jabodetabek). *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*, 3, 153-166.

Aliya Fitriana Nafila, E. V. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Skincare Dari Korea Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen (Dengan Menggunakan Media Sosial Instagram). *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7, 15626-15646.

Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Alma, B. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. . Bandung: Alfabeta.

Amara Suryani Putri, B. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Herbal Skincare. *Journal Scientific of Mandalika (JSM)*, 3, 5-17.

Amir, M. F. (2016). *Manajemen Kinerja Perguruan Tinggi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Amstrong, K. d. (2018). *Principles of Marketing, 15th Edition*. Pearson Education Limited.

Anang, F. (2018). *Perilaku Konsumen*. Sleman: Penerbit Erlangga.

Anisyah, M. N. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Lalotuskin (Studi Kasus Pada Agen Resmi Kosmetik Farida Amelia Reza Di Jombang). *Journal of Business and Innovation Management*, 5, 93-101.

Annisa Farhanah, A. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Herbal Beauty Di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 3, 107-123.

Ardhia Vici Garniva, H. S. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Scarlett Whitening. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA)*.

Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Palembang: PT. Inovasi Pratama Internasionals.

Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali.

- Atala Cindy Fatya, D. U. (2024). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare "Skintific". *Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, 265-282.
- Bambang Sutedjo, G. R. (2023). Pengaruh Citra Merek, Variasi Produk Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Emina di Kota Semarang. *Journal of Management & Business*, 6(1), 810-817.
- Bancin, J. B. (2019). *Citra Merek dan Word of Mouth*. Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Budiono, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 1-15.
- Cheng-Wen Lee, T. A. (2022). The Effect Of Star Endorser Attraction, Credibility, And Expertise. *Jurnal Sosial Dan Sains. Jurnal Sosial dan Sains*, 1115-1126.
- Cicilia G. Kawilarang, W. J. (2022). Analisis Pengaruh Celebirty Endorsement , Beauty Vlogger Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Lokal Somethinc. *Jurnal EMBA*, 10, 770-779.
- Cindi Oktaviani, M. A. (2024). Pengaruh Karakteristik Pengguna Media Sosial, E-Wom, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Produk Perawatan Kulit Merek Skintific. *Journal Of Social Science Research*, 4, 9761-9775.
- Compas. (2022). 10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace. Dipetik Juni 25, 2023, dari <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>
- Compas. (2022). Penguasa Brand Produk Kecantikan. Dipetik Juni 27, 2023, dari <https://compas.co.id/article/penjualan-produk-kecantikan/>
- Dagma Syafira Destia Wardani, A. M. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pengguna Scarlett Whitening). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5, 1148-1160.
- Depy Muhamad Pauzy, A. S. (2021). Mengukur Kepuasan Konsumen Produk Skincare Melalui Kualitas Produk. *Jurnal Ecoment Global*, 6, 143-150.

- Desinta Fiani, D. N. (2022). Peran Mediasi Keputusan Pembelian Pada Kualitas Produk, Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Aplikasi Shopee. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia* , 2, 1031 – 1055.
- Dwi, D. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Diskon, Dan Keputusan Pembelian Online Maharani Prima Skin Care Di Blitar . *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8-19.
- Edi Sucipto Tanady, M. F. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Manajemen Pemasaran*, 9(2), 113-123.
- Eka Giovana Asti, E. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Prooduk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1-14.
- Erika Dona Pratiwi, H. (2022). Pengaruh Variasi Produk Dan Celebrity Endorsment Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Produk Safi. *Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis*, 3825-3834.
- Erni Ismawati, A. R. (2023). The Effect Of Celebrity Endorser And Brand Image On Customer Satisfaction And Its Impact On Customer Loyalty Skincare Ms. Glow In The City Of Kendal . *International Conference of Multidisciplinary Studies*, 111-116.
- Etty Zuliawati Zed, Y. R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Marcks Venus LP Dinamic di PT. Kimia Farma Apotek (KFA), Jakarta. *Jurnal Pelita Ilmu*, 01, 107-134.
- Evi Ririn Hasan, S. A. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Pengguna Skincare Scarlett Whitening Di Kota Ternate). *Jurnal Ekonomi Pembangunan Unkhair*, 1-17.
- Fatihudin, D. &. (2019). *Pemasaran Jasa:(Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Fauzian Noor, W. U. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Mitra Manajemen*, 581-594.

- Fendi Hasan Saputra, R. N. (2024). Pengaruh Brand Image, Selebriti Endorse dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *EKOBIL*, 34-42.
- Ferdinand. (2018). *Pengembangan Minat Beli Ulang Merek*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. . Deepublish Publisher.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Qiera Media.
- Gadi, O. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek, Promosi Penjualan, Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Pada Toko Dan+Dan Di Duta Harapan). *ULTIMA Mannagemen: Jurnal Ilmu Manajemen*, 12, 46-61.
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural dan Aplikasi dengan program Amos 24 edisi 7*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grisna Anggadwita, D. T. (2020). Halal Label vs Product Quality in Halal Cosmetic Purchasing Decisions. *IKONOMIKA (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 4.
- Guliyev, S. M. (2023). The Impact Of Brand Perception And Brand Image On Consumer Purchasing Behavior In Azerbaijan. *Science, Education and Innovations in the context of modern problems*, 6(1), 137-144.
- Habib Hakim, S. E. (2024). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 57-63.
- Hamdani, S. F. (2024). Pengaruh Harga, Pendapatan, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 3(7).
- Hayati, H. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen Erha Skincare Di Kota Tasikmalaya). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3455-3458.
- Hengky, N. (2021). Pengaruh Citra merek dan Kualitas Produk dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pelanggan di Kota Batam dalam membeli Skincare Merek Korea. *Jurnal Marketing*, 4, 380-393.

- Hesti Vidiastutik, M. H. (2023). Efektivitas Brand Ambassador, Label Halal, Dan Loyalitas Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Natasha Skin Care Di Sidoarjo Effectiveness Of Brand Ambassador, Halal Labels And Brand Loyalty On Costumers Satisfaction On Natasha Skin Care Products I. *Edunomika*, 7, 1-18.
- Hutomo Manggala, D. G. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 39-53.
- Hutomo Manggala, D. G. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Shaburi Kelapa Gading). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 39-53.
- Indasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Index, Z. B. (2022). Zap Beauty Index 2023. Dipetik Juni 25, 2023, dari <https://zapclinic.com/zapbeautyindex/2023>
- Indriyana Septiani, I. U. (2022). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ms Glow Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 43-53.
- Intan Pratiwi, E. S. (2023). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Klinik Kecantikan Natasha Skin Care di Semarang. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 355 - 367.
- Irawan. (2015). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Karisma Dilla Emy Nur Sabilla, B. M. (2022). Analisis Kualitas Produk, Celebrity Endorser, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Ms Glow Outlet kertosono. *Simposium Manajemen dan Bisnis I* , 457-463.
- Keller, K. &. (2015). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: PT Raja Grafinda Persada.
- Keshi Mutih Palma, H. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Skincare Fenny Frans Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kota Palopo. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5, 2729-2737.

- Kotler. (2018). *Manajemen Pemasaran . Edisi tiga belas. Bahasa Indonesia. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip, A. G. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Ke-12*. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. &. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P. a. (2016). *Marketing Management*. England: Person Education Limited.
- Kotler, P. d. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. d. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Terjemahan: Bob*. Jakarta: Erlangga.
- Kulsum, N. M. (2018). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Universitas Nasional.
- Kumparan. (2022). Profil Perusahaan Scarlett Whitening Yang Dibangun Felicya Angelista. Retrieved from <https://kumparan.com/berita-terkini/profil-perusahaan-scarlett-whitening-yang-dibangun-felicya-angelista-1y6VBSxFjT/full>
- Kusumaningrum, G. (2020). Pengaruh Celebrity, Brand Credibility, Brand Trust, Terhadap Purchase Intention Pada Produk Wardah Yang Dilakukan Melalui Instagram. *Skripsi*.
- Laras Meidiarti, H. (2022). Analysis Of Celebrity Endorsement In Social Media On Consumer Satisfaction Through Purchase Decisions For Scarlett Whitening Products (Case Study In Bekasi City). *Dinasti International Jurnal*, 3(6), 931-940.
- Lilis Feronicha, W. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific di E-Commerce Shopee. *eCo-Buss: Economics and Business*, 992-1009.
- Linda Septiani, N. D. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Skincare Skintific (Studi Kasus Pengguna Produk Skincare Skintific di Kota Malang). *Jurnal Riset Manajemen*, 1367-1379.

- Marsah Ivana Matheos, D. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA*, 973-983.
- Marshabeauty. (2023). Rekomendasi Produk Scarlett Dan Manfaatnya Untuk Kecantikan Kulitmu! Dipetik Juni 29, 2023, dari Rekomendasi Produk Scarlett dan Manfaatnya untuk Kecantikan Kulitmu !
- Maryam Batubara, P. R. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Scarlett Whitening: Studi Kasus pada Mahasiswi FEBI UIN Sumatera Utara. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4, 1327-1342.
- Meisi S. Riung, A. L. (2024). Pengaruh Komunitas Virtual, Diskon, dan Korean Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare dan Kosmetik Somethinc di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 751-761.
- Mochammad Juli Prima Dhani, S. A. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow For Men. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 1-17.
- Nafila, A. F. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Skincare Dari Korea Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen (Dengan Menggunakan Media Sosial Instagram). *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7, 15626-15646.
- Naufal Mubarak, S. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Economics and Accounting*, 429-439.
- Norhidayati, R. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Nagita Slavina Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow Pada Mahasiswa Stie Pancasetia Banjarmasin. *Media Mahardhika*, 21, 1-11.
- Nugraheni, V. A. (2024). Pengaruh Country Of Origin, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Skincare Avoskin Beauty (Studi Kasus di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Journal Of Social Science Research*, 7633-7642.
- Nursaimatussaddiya. (2022). *Keputusan Pemilihan Jasa Berbasis Citra Merek dan Promosi*. Padang: PT. Inovasi Pratama Internasional.

- Ovita Meliana Rafa, E. S. (2023). Analisis Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Avoskin. *Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, 1, 21-31.
- Paulina Wijaya, R. E. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Scarlett Whitening terhadap Kepuasan Konsumen. *Prologia*, 06, 296-303.
- Peter, J. P. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.
- Puspitasari, C.D. (2022). Spire Insights: Permintaan Produk Skin Care di Indonesia Terus Meningkat. Dipetik Juni 25, 2023, dari https://technobusiness.id/insight/spire-insights/2022/06/24/spire-insights-permintaan-produk-skin-care-di-indonesia-terus-meningkat/#google_vignette
- Putri Azhari, E. T. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Terhadap Niat Beli Ulang. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*.
- Putri Vika Noerindah, I. B. (2022). Factors Affecting Customer Satisfaction on Skincare Brand:Somethinc. *Journal of Management*, 12, 2690-2698.
- Putri, R. M. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus pada Perempuan di Surakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 4.
- Rahmat Hidayat, D. R. (2019). Analisis Pengaruh Variasi Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah (Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Kota Batam). *Journal of Business Administration*, 40-52.
- Rahmi Yuliana, S. P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Green Marketing Terhadap Pembelian Ulang Dan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Skincare Di Kota Semarang. *Journal of Economics and Banking*, 79-86.
- Razaq, M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press.
- Rena Eka Setyawati, M. F. (2022). Analisis Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 501-514.

- Rima Noviani, A. N. (2023). The Impact of Celebrity Endorsement, Product Quality, and Brand Image on Purchasing Decisions and Customer Satisfaction of MS Glow Products in Pekanbaru City: A Formal Analysis. *West Science Interdisciplinary Studies*, 888-902.
- Risa Ariyati, Y. T. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Store Wardah Irian Tanjung Morawa Deli Serdang. *Journal on Education*, 6, 9664-9671.
- Risnadyawati Aprilia, L. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Msglow Di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Pancasila*, 42-57.
- Rista Veronica Talopod, J. R. (2020). Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Skincare dan Kosmetik the Body Shop Manado Town Square. *Journal UNSRAT*, 1, 251-255.
- Rizkiyah Rokhmatul Laili, C. C. (2021). The Effect Of Product Quality, Brand Image, And Halal Label On Consumer Satisfaction Citra Body Lotion Products (Case Study Of Surabaya University Student). *Jurnal Ekonomi Syariah*, 8.
- Rizkiyah Rokhmatul Laili, C. C. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Label Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Body Lotion Citra (Studi Kasus Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 8, 743-756.
- Rukmana, D. N. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Attitude Dan Brand Credibility Pada Produk Wardah. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9, 449-456.
- Rusman Efendi Sihombing, S. D. (2023). Citra Merek, Lokasi, dan Persepsi Harga Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Cakrawala*, 1215-1231.
- Rusmana Santi Ristauli Hutagaol, F. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening. *JOSR: Journal of Social Research*, 761-772.
- Sahetapy, Y. P. (2022). Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Endorser Terhadap Purchase Intention Pada Brand Skincare Somethinc. *Agora*, 11.

- Salman Paludi, S. N. (2021). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian sebagai intervening. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 144-160.
- Sangadji, E. M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Sangadji, S. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Satria Tirtayasa, A. P. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 5, 67-86.
- Schiffman, L. G. (2013). *Consumen Behavior (10th ed)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Selly Yulia Yohana Purba, S. L. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Natasha Skincare (Studi Pada Konsumen Natasha Skincare Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12, 357-363.
- Septy Alya Verni, S. (2024). Pengaruh Brand ambassador, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Scarlett Whitening (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 87-99.
- Shanfi Maylita Inggasari, R. H. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Cakrawangsa Bisnis*, 3, 1-22.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan Dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shimp, T. A. (2016). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terjemahan oleh Revyani Sjahrial dan Dyah Aniksari Edisi Ketujuh Jilid 1*. Jakarta: PT. Erlangga.
- Shofana, N. U. (2022). Founder dan Owner Scarlett Whitening. Retrieved from <https://brainpersonalities.com/founder-danowner-scarlett-whitening-begini-caranyaberbisnis-skincare/>
- Singh, H. (2018). *Marketing Manajemen. In Essentials Of Management For Healthcare Professionals*. New Delhi: Jaype Publishers. . Retrieved from [Http://Doi.Org/10.4324/9781315099200-17](http://doi.org/10.4324/9781315099200-17)

- Sonia Aprilia Saputri, I. N. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Review Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Among Makarti*, 65-76.
- Stephanie Gebiela Siregar, J. S. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing).
- Susi Rahayu, S. R. (2023). Pengaruh Lifestyle, Product Innovation dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Skincare Wardah di Kota Pekanbaru. *Jurnal Multidisiplin Teknologi dan Arsitektur*, 1, 329-340.
- Susi Rahayu, S. R. (2023). Pengaruh Lifestyle, Product Innovation dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Skincare Wardah di Kota Pekanbaru. *Jurnal Multidisiplin Teknologi dan Arsitektur*, 329-340.
- Tiara Senja Larasati, T. B. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Toko Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian. *PERMANA : Jurnal Perpajakan, Manajemen, dan Akuntansi*, 206-237.
- Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jaasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Jakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction*. . Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2018). *Service Management, Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 3*. Yogyakarta: CV Andi.
- Vadlya Maarif, H. M. (2020). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Skincare Yang Sesuai Dengan Jenis Kulit Wajah Menggunakan Logika Fuzzy. *Jurnal Sains dan Manajemen*, 7, 73-80.

- Vika Puji Astutik, B. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek , dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms. Glow (Studi Kasus pada konsumen produk Skincare MS. GLOW di Kota Semarang). *Jurnal Manajemen dan Sain*, 7, 1065-1069.
- Virginus Mario Jati, A. N. (2024). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Pemediasi (Studi Kasus Pada Produk Skincare MS GLOW). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 251-257.
- Wan Nur Afqah Binti Wan Abd Hamid, M. S. (2021). Customer Satisfaction on the Quality of Services of Local Skin Care Products. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 6(11), 442-463.
- Wifi Fitri Alamsyah, Y. T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Skincare Ms Glow. *JEBIDI (Jurnal Ekonomi Bisnis Digital)*, 2, 1-10.
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa. Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Indeks.
- Yanna Christina Marini, M. L. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Celebrity Endorser Msglow. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 11, 1-20.