

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Salam, & Abdiyanti, S. (2022). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Wanita Produk Skin Care Merek Ms Glow Di Kecamatan Sumbawa). *Accounting and Management Journal*, 6(1), 60–68. <https://doi.org/10.33086/amj.v6i1.2204>
- Afriyani, L., Sumantri, P., & Wicaksana, I. (2023). *Enrichment: Journal of Management*, 13 (2) (20xx) *Enrichment: Journal of Management The influence of product quality brand image and price on purchasing decisions pixy lipstick products in Cikarang*. 13(2).
- Agustina, R., Hinggo, T. H., & Zaki, H. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*. Vol.2 No. 1.
- Alamsyah, W. F., & Tanjung, Y. (2023). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen skincare ms glow*. 1–10.
- Amanda, S., Ayuni, & Sudrajat, A. (2023). Pengaruh Harga Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(12)(12), 505–514.
- Ayu S., C., Samsudin, A., Hidayat, R., S.E., C., N.A., O., F., F., & Agusnia W., T. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(5), 1171–1180. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i5.2688>
- Ekasari, R., & Mandasari, E. D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Digital Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Pixy Di Kabupaten Sidoarjo. *IQTISHA Dequity*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/10.51804/iej.v4i1.1583>
- Febriana, D. A., & Purwanto, S. (2023). Pengaruh Kepercayaan Dan Daya Tarik Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Bedak Tabur Pixy. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION : Economic, Accounting, Management and Business*, 6(1), 151–160. <https://doi.org/10.37481/sjr.v6i.629>
- Ghozali Imam, M.Com,Ph. D, CA, Akt. (2021). *Desain Penelitian Kuantitatif Kualitatif* untuk Akutansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial Lainnya.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate* (I. Ghazali, Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.

- Ghozali Imam, M.Com,Ph. D, CA, Akt. (2021). *Desain penelitian kuantitatif dan kualitatif* untuk Akutansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial Lainnya.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate* (I. Ghazali, Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Hadinata, M. A., Soebiantoro, U., Evanzha, E., & Amriel, Y. (2023). *The Influence of Brand Image and Product Quality to Converse Shoe Purchasing Decisions (Study on UPN " Veteran " East Java Students)*. 2(2), 349–359. <https://doi.org/10.55299/ijec.v2i2.530>
- Handayani, F., Elwisam, E., & Digdowiseiso, K. (2023). The Influence of Product Quality, Brand Image, and Brand Trust on Avoskin Serum Purchasing Decisions in National University Students. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(1), 258–269. <https://doi.org/10.46799/jsa.v4i1.823>
- Hutagoal, R. S. R., Safrin, A. F. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Journal of Social Research*. 1 (7), 761-772
- Inggasari, S. M., & Hartati, R. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Cakrawangsa Bisnis*, 3(1), 1–22.
- Jaya I Made Laut Mertha. (2020). *metode penelitian dan kualitatif* Teori, Penerapan, dan Riset Nyata.
- Kawilarang, C. G., Tumbuan, W. J. F. ., & Loindong, S. S. . (2022). Analisis Pengaruh Celebrity Endorsement, Beauty Vlogger dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare Lokal Somethinc. *Jurnal EMBA*, 10(4), 770–779.
- Kusumastuti, S. (2022). Keputusan pembelian ditinjau dari brand trust, brand awareness dan word of mouth. *Online) KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 19(3), 590.
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016: *Marketing Management, 15th Edition* New Jersey: *Pearson Pretice Hall, Inc*
- Kotler, P & Keller, L.K . (2017). *Manajemen Pemasaran. Perarson Education*.
- Maro'ah, A., & Rosyidi, S. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow Di Rembang Kota. *Jesya*, 7(1), 434–442. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1429>

- Nabilah, A. N., & Anggrainie, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Brand Awareness, Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening. *YUME: Journal of Management*, 5(3), 728–736. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i3.3597>
- Ni Kadek Tara Wahyuni, I Gusti Ayu Imbayani, I. M. S. P. (2023). *Design product, brand image*. 4, 103–114.
- Nurjamad, M. A. (2023). *The Influence of Celebrity Endorser and Product Quality on Purchasing Decisions for Scarlett Products (Case Study of Scarlett Product Customers in Cimahi City)*. 2(7), 1121–1142.
- Osiska, D., Leonitha, R., Rosgita, & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus pada Konsumen Produk Kosmetik Wardah di Wilayah DKI Jakarta & Jawa Barat). *Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(4), 107–115.
- Pramesti, D. Z., & Sujana, N. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Vivo. *Skripsi Thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.*, 11(April), 346–363.
- Purwanto, A. B., & Risaputro, H. B. (2021). Analisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen Sari Roti di Kota Semarang). *Riset, Ekonomi, Akuntansi Dan Perpajakan (Rekan)*, 2(1), 77-88.
- Ribhah, N., Maslichah, & Alrasyid, H. (2022). Pengaruh Brand Image, Label Halal dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan). *El-Aswaq: Islamic Economic and Finance Journal*, 3(2), 155–167. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/laswq/article/view/18980>
- Samsudin, A., Hidayat, R., Crisnugroho, S.E., & Oktaviana, N.A. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare. Vol 4 No 5 1171-1180 P-ISSN 2620-295 E-ISSN 2747-0490.
- Sanjiwani, S. M., & Westra, I. K. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pixy Lip Cream Di PT Mandom Indonesia Tbk Bali Tahun 2022. *Arthaniti Studies*, 3(2), 104–114. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7122519>
- Sayoga, D.S.J., & Prinatini. E.A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Natasha Skincare Candibaru Semarang. Departemen Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Diponegoro.
- Sinaga, B., Puruwita, D., & Id, D. A. (2024). The Influence Of Word Of Mouth

And Price On Purchasing Decisions On Skincare Products The Originote. *International Journal of Current Economics & Business Ventures*, 4(1), 153–160. <https://scholarsnetwork.org/journal/index.php/ijeb>

Soegiarto, D., Arlita, B. F., & Ayu, S. D. (2023). Pengaruh Kesadaran Pajak, Pemahaman Peraturan Perpajakan, Sanksi Perpajakan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Sosialisasi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 9(1), 82-95. <https://doi.org/10.26486/jramb.v9i1.3243>

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan *Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi*, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian *Kuantitatif Kualitatif* Dan R&D (Sugiyono, Ed.). Alfabeta.

Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, 19th ed. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D (Sugiyono, Ed.). Alfabeta.

Sugiyono. (2022). Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.

Tjiptono. 2015. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy (2020). Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Valentin, I. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Beauty Vlogger Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over Di Media Sosial (Instagram Dan Youtube). *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(2), 169–179.

Venty Saroh, & Arini, E. (2023). Pengaruh celebrity endorser, daya tarik iklan, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Y.O.U Prosiding Seminar Nasional Business Corporate, 2(1), 61–68. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i4.459>

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). *Jesya*, 5(2), 1148–1160.

<https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.689>

Wardhani, W. R. K., Arifin, R., & Normaladewi, A. (2022). Pengaruh Beauty Vlogger, Brand Image, Harga dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Make Over Pada Toko Kosmetik Arum Beauty Shop Lawang. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 12(01), 325–340.

Wowiling, L. B., Worang, F. G., & Wangke, S. J. (2024). the Influence of Brand Trust, Brand Image, and Celebrity Endorsement on Consumer Purchase Decision of Scarlett Whitening Product Pengaruh Kepercayaan Merek, Citra Merek, Dan Endorsement Selebriti Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Scarlett Whitening. *Jurnal EMBA*, 12(1), 307–318.

Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102.

Yulianti, D., Istiatin, & Kustiyah, E. (2023). Decision To Purchase of Wardah Skincare Products Viewed From Celebrity Endorsement, Brand Image, and Consumer Trust (Case Study on Wardah Skincare Users Sami Luwes Surakarta). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 7(1), 1–4. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>

_____. 2021. Buku Pedoman Skripsi. FEB. UMK

compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris.2024 di akses pada Maret 2024

<https://compas.co.id/article/data-penjualan-ms-glow-2024/> di akses pada September 2024

<https://msglowid.com> di akses pada Maret 2024

www.gramedia.com di akses pada Maret 2024

<https://goodstats.id/article/daftar-platform-media-sosial-yang-paling-banyak-digunakan-2023-facebook-juaranya-BHY8q> diakses pada Maret 2024

<https://www.insertlive.com/lifestyle/20240715204803-19-342309/ms-glow-beauty> di akses pada April 2024

<https://goodstats.id/article/5-daftar-pabrik-kosmetik-terbesar-di-indonesia-mbMWO> di akses pada Maret 2024

www.istanaumkm.pom.go.id/kosmetik/kosmetik di akses pada Maret