

## DAFTAR PUSTAKA

- Alimin et al. (2022). *Manajemen Pemasaran : Kajian Pengantar Di Era Bisnis Modern*. Seval Literindo Kreasi.
- Alistian, A. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Produk *Scarlett Whitening* (Survei Pada Konsumen Scarlett di Toko Koleksi Tasik Termurah). *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(5), 582-586.
- Aprialita, T. S., & Rufial. (2024). Pengaruh Harga Produk, Ulasan Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang *Body Lotion Scarlett Whitening* Di *E-Commerce* Sociolla. *Ikraith-Ekonomika*, 7(1), 33-44.
- Ardhianti, D., & Kusuma, P. J. (2023). Pengaruh Harga Produk, Kualitas Produk, Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Ulang (*Body Scrub Scarlett* Di Aplikasi Shopee). *Jurnal Maneksi*, 12(4), 950-962.
- Arsita, Y., Nugrahaningsih, H., & Kuraesin, E. (2023). Pengaruh Harga dan *Online Customer Review* Terhadap Minat Beli Produk *Skincare Scarlett* Pada Pengguna Shopee. *Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research*, 1(3), 232-237.
- Bessie, J. L. D., & Wie, W. E. (2024). Pengaruh *Social Media Marketing* Tiktok Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk *Scarlett Whitening*. *JOURNAL OF MANAGEMENT Small and Medium Enterprises (SME's)*, 17(1), 211-225.
- Brilliany, E., & Nomleni, A. P. W. (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://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/jurima/article/view/153>
- Candra, K. Y. A., & Yasa, N. N. K. (2023). *Event Marketing, E-Wom, Citra Merek, Terhadap Niat Beli : Konsep dan Aplikasi*. Bali : Intelektual Manifes Media.
- Devi et al. (2023). *Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Niat Beli Konsumen*. Cilacap : Media Pustaka Indo.
- Effendi, A. D., Novari, E., & Maulidina, F. M. (2023). Telaah *Brand Ambassador* Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Produk *Scarlett Whitening* Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Angkatan Tahun 2018-2021. *Journal of Digital Society*, 1(2), 18-30.
- Ferdinand, A. (2015). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

- Fernandi, E. Y., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk *Scarlett Whitening*, *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(3), 547-556.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hanuarsyah, D., Handayani, S., & Prawitasar, A. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk *Scarlett* Di Kota Bengkulu. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Keuangan*, 5(1), 69-76.
- Indriana, A., Ramdan, A. M., & Danial, R. D. M. (2022). Analisis *Brand Image* dalam Memediasi *Electronic Word of Mouth* Terhadap *Online Purchase Intention*. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(3), 1405-1412.
- Julia, S., & Kamilah, K. (2023). Pengaruh Iklan Tiktok, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Produk *Scarlett Whitening*. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5(1), 63-68.
- Katamso, T. H., & Sugianto, S. (2024). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Experience* dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Kecantikan *Scarlett Whitening*. *MASMAN: Master Manajemen*, 2(1), 165-183.
- Khairunnisa, I., Taufiqurrahman, & Musfar, T. F. (2022). *The Effect of Beauty Vloggers as Celebrity Endorser and Lifestyle Towards Purchase Decision Mediated By Purchase Intention (Study on Consumers of Scarlett Brand Product in Bekasi Regency)*, *Jurnal Impresi Indonesia*, 1(9), 927-941.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Harlow, United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition* New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kurniasih, D. (2021). *Kepuasan Konsumen : Studi Terhadap Word Of Mouth, Kualitas Layanan, Dan Citra Merek*. Bintang Visitama.
- Kurniawan, G. *Pengaruh Lifestyle dan Brand Image Terhadap Minat Beli*. CV Mitra Abisatya.

- Kusumadewi, N., & Saraswati, T. G. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada *Official Store Scarlett* Di Shopee Dan Tokopedia. *e-Proceeding of Management*, 7(2), 6476-6489.
- Laraswanti, N. (2021). Pengaruh *Celebrity Endorser; Brand Image, Brand Trust* dan *Variety of Selection* Terhadap Minat Beli *Body Lotion Scarlett Whitening* (Studi Kabupaten Kebumen). 1-11.
- Lestari, D. E., & Gunawan, C. (2021). Pengaruh *E-Wom* Pada Media Sosial Tiktok Terhadap *Brand Image* Serta Dampaknya Pada Minat Beli. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial*, 1(2), 75-82.
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis (Edisi 2)*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Luhglatno et al. (2024). *Perilaku Konsumen*. Purbalingga : Eureka Media Aksara.
- Muniarty, P., Saputri, D., Arisandi, D., Ikasanti, P. W., & Wahyuni, T. (2021). Pengaruh Harga & Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Masyarakat. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 91-102.
- Napitupulu, R. Y., Sarib, E. P., & Adhitya, W. R. (2023). Pengaruh BA, *Brand Image*, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk *Scarlett Whitening*. *Jurnal Widya*, 4(2), 501-515.
- Novianti, A., & Rachmawati, I. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Konsumen Produk *Scarlett Whitening*. *e-Proceeding of Management*, 8(6), 3268-3275.
- Nugrah, agunawan, & Latief, F. (2023). *Malomo: Jurnal Manajemen dan Akuntansi Pengaruh Celebrity Endorse Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Minuman Yotta*. 1(1), 71–80. <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/malomo/article/download/3449/1725/7658>
- Oktaviani, D. N., & Narsih, D. (2023). *The Influence of Celebrity Endorsers on Social Media Instagram on Interest in Buying Scarlett Products (Study on Community in Makassar District, East Jakarta)*. *Finance: International Journal of Management Finance*, 1(2), 66-70.
- Prayoga, I. K. W., & Yasa, N. N. K. (2023). *Electronic Word Of Mouth, Brand Image, Dan Purchase Intention*. Cilacap : Media Pustaka Indo.
- Puspita, K. C., & Imronudin (2022). *The effect of Online Customer Reviews and Celebrity Endorsements on Purchase Intention (Study on Scarlett Whitening with Trust as Moderation)*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(3), 682-689.

- Puspita, R. et al. (2024). *Perubahan Dan Keberlanjutan Dalam Studi Komunikasi Dan Manajemen*. NEM.
- Putri, S. V. (2022). *Impact of Electronic Word of Mouth Using Influencers on Brand Awareness and Purchase Intention*. *CoverAge*, 13(1), 11-25.
- Putri, R. M., & Istiyanto, B. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Beli Produk *Scarlett Whitening* (Studi Kasus Pada Perempuan Di Surakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 4(2), 78-88.
- Rizafardilla, Hidayati, N., & Zamzam, N. A. N. (2024). Pengaruh *Celebrity Endorsement* Song Joong-ki Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap *Purchase Intention* Generasi Z Produk *Scarlett Whitening* (Studi Pada Mahasiswa Uniska Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan Tahun 2020). *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 8(7), 81-90.
- Rahma, A. N., Firdaus, V., & Sari, D. K. (2024). Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image*, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Produk Skincare *Scarlett Whitening* Di Sidoarjo. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(2), 3275-3292.
- Sari, N. L. P. G., Kusuma, I. G. A. N. G. T., & Atmaja, N. P. C. D. (2023). Pengaruh *Brand Image*, *Product Quality* Dan *Lifestyle* Terhadap Minat Beli Produk *Skincare Scarlett* (Studi Pada Wilayah Kota Denpasar).
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sigalingging, R. J., Ginting, E. S., & Tarigan, P. S. (2022). *The Influence of Celebrity Endorsers, Product Variations and Product Quality on Scarlett Whitening Consumers' Buying Interest*. *Indonesia Accounting Research Journal*, 10(1), 18-25.
- Siregar, S. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Kencana: Jakarta.
- Siregar, S. G., & Simajuntak, J. (2020). Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Scarlett Whitening* Pada Media Sosial Instagram. 1-10.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

- Suherman, K. P., & Gazali. (2023). Pengaruh *Celebrity Endorser*, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk *Scarlett Whitening* Serum Wajah Pada Mahasiswa/i Universitas Insan Pembangunan Indonesia. *JOCE IP*, 17(2), 73-81.
- Sumampouw, R., Sumampouw, J. F., & Pandowo, A. (2022). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Pada Produk *Scarlett* Dengan Kesadaran Merek Sebagai Variabel Mediasi. *Manajemen & Kewirausahaan*, 3(2), 111-124.
- Tamonsang, M., & Putri, Y. D. A. (2023). Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk *Skincare Scarlett Whitening* Di Kota Surabaya. *RATIO: Reviu Akuntansi Kontemporer Indonesia*, 4(2), 89-101.
- Wahitha, R. K. W., Maridjo, H., & Kristia. (2022). *The Effects Of Brand Image, Product Quality, And Promotion On Purchase Intention Of Scarlett Whitening Skincare Products Mediated By Electronic Word Of Mouth (E-Wom)*. 534-541.
- Wardani, L. M. I., & Pradhita, M.Y. (2022). *Seberapa Penting Celebgram Endorsement Bagi Penjualan*. NEM.
- Wasitaningrum, T., & Cahya, H. N. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorser*, *Brand Image*, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Produk *Scarlett Whitening*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 58-70.
- \_\_\_\_\_. (2021). Pedoman Penyusunan Skripsi, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus.
- <https://kumparan.com/berita-terkini/profil-perusahaan-scarlett-whitening-yang-dibangun-felicya-angelista-1y6VBSxFfjT/4>
- <https://www.arami.co.id/magazine/review-scarlett-whitening-body-lotion-freshy>
- [https://reviews.femaledaily.com/products/moisturizer/sun-protection-1/scarlett/whitening-ultra-light-daily-sunscreen-spf-50-pa-1?cat=&cat\\_id=0&age\\_range=&skin\\_type=&skin\\_tone=&skin\\_undertone=&hair\\_texture=&hair\\_type=&order=newest&page=1](https://reviews.femaledaily.com/products/moisturizer/sun-protection-1/scarlett/whitening-ultra-light-daily-sunscreen-spf-50-pa-1?cat=&cat_id=0&age_range=&skin_type=&skin_tone=&skin_undertone=&hair_texture=&hair_type=&order=newest&page=1)
- <https://compas.co.id/article/penjualan-produk-kecantikan/>
- <https://data.goodstats.id/statistic/agneszeanyayonatan/produk-kecantikan-jadi-produk-fmcg-yang-paling-banyak-dibeli-di-e-commerce-2023-u7UTz>