

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A., & Yuesti, A. (2019). *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif dan Kualitatif* (1st ed.). CV. Noah Aletheia: Bali.
- Agustin, N., & Amron, A. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare Pada Tiktok Shop. *Kinerja*, 5(01), 49–61. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v5i01.2243>
- Ahmad, M., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. F. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 25–31.
- 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).
- Anwar, R. N., & Wardani, F. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett Di E-Commerce Shopee. *NUSANTARA: Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(5), 1370–1379. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/index>
- Basu, S., & Sukotjo, I. (2016). *Pengantar Bisnis Modern* (Ketiga). Liberty.
- Chen, H. C., & Lin, M. H. (2018). A study on the correlations among product design, statistics education, and purchase intention - A case of toy Industry. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 14(4), 1189–1195. <https://doi.org/10.29333/ejmste/81119>
- Desfitriady1, & Karimah Septian2. (2023). ETNIK : Jurnal Ekonomi – Teknik Pengaruh Celebrity Endorser dan Harga Terhadap Minat. *Jurnal Ekonomi - Teknik*, 2(1), 881–896.
- Erica Yusy Fernandi E, S. N. F. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening. *Jurnal*

Pendidikan Ekonomi (Jurkami), 7(3), 548–555.

- Fakaubun, U. F. K. (2019). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Sepatu Adidas Di Malang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Toko Sport Station Dinoyo , Malang)* Ummy Fitria Kalsum Fakaubun *Pendahuluan Minat Beli Ulang Pelanggan Atas*. 4(September), 221–234.
- Fandy, T. (2020). *Service, Quality & Satisfaction* (3rd ed.). Andi.
- Firdayanti, A., Putri, D. A., Risuandi, D., & ... (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Promosi Dan Endorsement. ... *Pendidikan Dan Ilmu ...*, 3(1), 301–313.
- Firmansyah, A. (2018). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Qiara Media.
- Fransiscus, B., & Husda, E. (2022). Pengaruh Brand Image, Promosi Penjualan Dan Duta Merek Terhadap Minat beli Konsumen E-Commerce Blibli Pada Masyarakat Kota Batam. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial Dan Teknologi (SNISTEK)*, 536–541.
- Freddy Rangkuti, 2019. (2019). *Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2017). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Gozali, H. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Merchandise K-Pop Melalui E-Commerce (Studi Pada Penggemar Korean Pop (K-Pop) Di KLOSS Surabaya). *Thesis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.*, 1, 12–26.

- Gupta, O. J., & Singh, A. (2017). Influence of Quality & Design on Purchase Intention: Empirical Study of Chinese Brand. *SMS Journal of Entrepreneurship & Innovation*, 4(01), 94–103. <https://doi.org/10.21844/smsjei.v4i01.10805>
- Haitao, N. (2022). The Role of Brand Image and Product Quality on Purchase Intention (Study Literature Review). *Dinasti International Journal of Management Science*, 4(1), 166–174. <https://doi.org/10.31933/dijms.v4i1.1466>
- Hakim, M., & Ambar Lukitaningsih, S. (2019). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 2(3), 18–23.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>
- Hanuna Shafariah, & Nur Yulita2. (2023). Pengaruh Promosi Dan Distribusi Terhadap Minat Belikonsumen Pada Produk Skincare Scarlett Whitening. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 3, (3(3), 243–250. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JAMBIS>
- Harjadi, D. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*.
- Irvanto, O., & Sujana, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105–126. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.331>
- Italia, & Islamuddin. (2021). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Handphone Merek Nokia. *Jurnal*

Manajemen Modal Insani Dan Bisnis JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB), 2(1), 1–13.

- Julia, S., & Kamilah, K. (2023). Pengaruh Iklan Tiktok, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 61–66. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i1.205>
- Khairun, N. (2020). Pengaruh Label Halal, Celebrity Endorser, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Konsumen Wardah Cosmetics Di Kota Salatiga). *Skripsi. E-Repository Institut Agama Islam Negeri Salatiga*.
- Kotler. (2016). *Manajemen Pemasara* (Milenium). Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 13). Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed). Pearson.
- Kurniawan, G. (2020). *Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce*. <http://repository.stieyapan.ac.id/id/eprint/78/3/.pdf>
- Lestari, R., & Elwisam. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Pada Minat Beli Ulang Produk Mie Instant Sedaap. *Jurnal Ilmu Dan Budaya*, 41(63), 7495–7520.
- Lutfi, R. (2020). Analisis Pengaruh Label Halal, Word Of Mouth, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Salatiga). *Skripsi. E-Repository Institut Agama Islam Negeri Salatiga*.

- Mahali, J. Al. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2), 247–256. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.1780>
- Maulana, A., & Lestariningsih, M. (2022). Pengaruh Harga, Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(9), 2–17.
- Maulana, Y. S., & Alisha. (2020). Inovasi Produk dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Restoran Ichi Bento Cabang Kota Banjar). *Jurnal Inovasi Bisnis*, 8, 86–91.
- Meithiana, I. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Murniasih, N. N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk Skincare Ms Glow di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 140–148. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v5i1.58952>
- Orville, Larrache, & Boyd. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Phan Tan, L., & Le, T. H. (2023). the Influence of Perceived Price and Quality of Delivery on Online Repeat Purchase Intention: the Evidence From Vietnamese Purchasers. *Cogent Business and Management*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2173838>
- Prawira, Y. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pelanggan. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*, 3(6), 71–76.
- Prisilia, M. N., & Rubiyanti, N. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening Di Jakarta. *E-Proceeding of Management*, 9(3).
- Putri Nugraha, J., Al, D., Gairah Sinulingga, S., Rojiati, U., Gazi Saloom, Mk.,

- Rosmawati, Ms., Fathihani, Ms., Mail Hilian Batin, M., Widya Jati Lestari, M., Khatimah, H., & Maria Fatima Beribe, C. B. (2021). *Perilaku Perilaku Konsumen T E O R I*.
- Rahma, A. N., & Firdaus, V. (2021). *Influence of Brand ambassador , Brand image , and Price on Purchase Decisions on Skincare Product Consumer Scarlett Whitening in Sidoarjo City*. 7(April), 1–17.
- Rinata, G., Tugi Prihatma, G., & Zaini, I. (2023). Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening Pada Media Sosial Instagram the Influence of Brand Ambassador (Twice) and Brand Image on Buying Interest in Scarlett Whittening Products on Instagram Social Media. *Jurnal Manajemen Perusahaan*, 2(2), 1–9.
- Ristauli Hutagaol, R. S., & Safrin, F. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening. *Journal of Social Research*, 1(7), 761–772. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i7.147>
- Rizaty, M. A. (2021). *Industri Kosmetik Tumbuh 5,59 Persen, Ini Merek Perawatan Tubuh Terlaris pada Agustus 2021*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/05/industri-kosmetik%02tumbuh-559-persen-ini-merek-perawatan-tubuh-terlaris-pada-agustus-2021%0D>
- Sahabuddin, R., Maulana Arif, H., Dg Manai, S., Suryani, D., & Sabirin, A. (2023). The Influence of Brand Image, Product Quality, and Price on Buying Interest of Wizzmie Consumers in Makassar City. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 4(2), 230–237. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v4i2.2775>
- Salsyabila, S. R., Pradipta, A. R., & Kusnanto, D. (2021). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap impulsive buying pada marketplace shopee.

Manajemen, 13(1), 37–46.
<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/8509>

Sani, S. A., Batubara, M., Silalahi, P. R., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Scarlett Whitening. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1327–1342.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.931>

Santoso, S. (2020). *Panduan Lengkap SPSS 26*. Elex Media Komputindo, Jakarta.

Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado (The Influence Of Location, Promotion And Price Perception To Consumer Purchase On Kawanua Emerald City Manado Housing). *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22916>

Septiyana, F., Shihab, M. S., Kusumah, H., Apriliasari, D., Rasuna Epicentrum, K., & R Rasuna, J. H. (2023). Analysis of the Effect of Product Quality, Price Perception and Social Value on Purchase Intention for Lampung Tapis Fabrics. *APTISI Transactions on Management (ATM)*, 7(1), 54–59.

Shiffman dan Kanuk. (2017). *Consumer Behaviour* (7th ed.). Indeks.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta,CV.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi 2). Alfabeta.Bandung.

Suprpto, R. D. S. (2022). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas dan Sosial Media Influencer Terhadap Minat Beli Prouk Skin Care Scarlett

Whitening (Studi Kasus pada Wanita di Kota Surabaya). *Jurnal Pendidikan Kewirausahaan*, 10(3), 684–698.

Swasta, B. dan I. (2015). *Asas-Asas Marketing*. Liberty.

Tanuli, M. G. (2021). Pengaruh Desain Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Generasi Z. *Performa*, 4(5), 688–699.
<https://doi.org/10.37715/jp.v4i5.1688>

Teo, W., & Albari. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 3(1).

Tololiu, R. M., & Roring, F. (2022). Pengaruh Promosi Dan Testimoni Pelanggan Terhadap Minat Beli Konsumen Hp Samsung Di Marketplace Facebook (Studi Kasus Pada Toko Mozamart Manado) Influence of Promotions and Customer Testimonials on Consumer Purchase Interests of Samsung Hp in the Facebo. *Jurnal EMBA: Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 1110–1120.