

## DAFTAR PUSTAKA

- Albari, N. W. (2024). *The Influence of Brand Image, Brand Loyalty and Wort of Mouth (WOM) On Purchase Intention for Brand Somethinc. Indonesian Journal of Economics, Business, Acounting dan Management*, 31-46.
- Aldatya, R. S. (2021). Pengaruh citra dan kepercayaan terhadap loyalitas pada e-commerce shopee. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1709-1725.
- Alfifto, A. S. (2022). Fakor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Geprek Benu Monggoonsidi Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (Jebma)*, 278-286.
- Ali, A. S. (2021). Investigating the antecedents of halal brand product purchase intention: an empirical investigation. *Journal of Islamic Marketing*, 1339-1362.
- Amelia, S. R. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Dan Country Of Origin Terhadap Minat Beli Konsumen. . *Journal of Creative Student Research*, 1(1), 143-162.
- Aris Ariyanto, R. B. (2023). Manajemen Pemasaran. In R. B. Aris Ariyanto, *Manajemen Pemasaran* (p. 2). Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung (Grup CV. Widina Media Utama).
- Armstrong, P. K. (2019). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Padang: Erlangga.
- Assauri, S. (2017). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Bagus Kapirossi, R. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi di Antariksa Kopi Semarang). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 66-73.
- Bambang Triputranto, F. F. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Akses Situs Web Dan Aplikasi Tokopedia (Studi Kasus Pada Iklan Tokopedia X BTS). *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 10-18.
- Cinty Yosefine, H. B. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Produk Innisfree Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 277-286.
- 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* 1148-1160.

- Derang, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Pada Produk Kosmetik Wardah Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kota Batam: Universitas Putera Batam
- Divia Dea Ananda, B. W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Skincare. *e – Jurnal Riset Manajemen*, 75-82.
- Dr. M. Anang Firmansyah, S. M. (2019). Buku pemasaran produk dan merek. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Dya Viani Subastian, D. A. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Celebrity Endorser Rafi Ahmad Terhadap Minat Beli Produk Skincare MS.GLOW. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 1-10.
- Effriena Brilliany, A. P. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Scarlett. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*
- Ekanadi, P. M. (2024). Studi Etnobotani Tanaman yang Digunakan untuk Kosmetika Alami oleh Kelompok Masyarakat Desa Tusan Kabupaten Klungkung Provinsi Bali. Bali: Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Elvina Recha Anjani, V. S. (2022). Pengaruh Influencer, Harga dan Kualitas Produk Skincare Scarlett Whitening Terhadap Keputusan Pembeli Generasi Z, DKI Jakarta. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 1293-1308.
- Erica Gabriela Kusuma, A. Y. (2021). Analisis Pengaruh Source Credibility dan Endorser Nationality Terhadap Minat Beli Produk Maybelline. *Jurnal Transaksi* 13(2), 32-52.
- Farhan Bachtiar Efendi, S. A. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific (Studi pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur). *Jurnal Manajemen dan Sains*, 762-766.
- Febrianti, E. K. (2022). The Influence Of Advertising, Celebrity Endorsement, Brand Awareness, and Brand Image On Purchase Intention of Local Skincare Products. *Conference on Management, Business, Innovation, Education dan Social Science (CoMBInES)*, 289-303.
- Feriska, F. E. (2022 ). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Kecantikan Fithka Ms Glow Di Mangaran Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)* 1(8), 1709-1723.
- Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek. Jawa Timur: Qiara Media.

- Fujawati, E. T. (2024). Strategi Harga dan Kualitas Produk dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen pada Industri Roti. *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business*, 3(1), 11-21.
- Gebi Herry, W. W. (2024). Herry, G., & Widjaja, W. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Niat Beli: Studi Pada Brand Scarlett Whitening. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 2(3), 184-199.
- Gery Shishi Adella, D. F. (2024). The Impact Of Brand Awareness, Brand Loyalty and Brand Image On Interest In Buying Skintific Skincare Product In The Lazada Marketplace (Case Study Of Lazaada Consumer In Cirebon City). *Asian Journal of Management Entrepreneurship and Social Science*, 967-982.
- Ghozali, I. (2021). Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Grecia Amanda Budiono, F. S. (2022). Pengaruh E-WOM, Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Intensi Pembelian Konsumen Produk Perawatan Kulit DI Jakarta. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 997-1007.
- Guha, S. M. (2021). Role of brand image in consumer brand differentiation: An exploratory study in the context of Indian retail market. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
- Handryanus Edwinto Raga, A. A. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Produk Kuliner Tegal Dadong. *Values*, 512-520.
- Harahap, N. H. (2023). Pengaruh Asosiasi Merek, Persepsi Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Second Pada Masyarakat Kota Pekanbaru. *Insight Management and Business (IMB)*, 1(2), 49-58.
- Hasbi, S. &. (2021). Pengaruh Dari Brand Trust, Perceived Value, Terhadap Brand Preference Dan Purchase Intention Pada Brand Skincare Lokal (Ms Glow, Scarlett, Somethinc). *Journal Transformation of Mandalika*, 260-274.
- Helmi Yendra Putri, A. P. (2022). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kosmetik Pond's. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 359-369.
- Hulu, E. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Indomarco Adi Prima Cabang Medan Stok Point Nias Kota Gunungsitoli. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 6(4), 106-115.
- Ibrani, B. A. (2024). Peran Kredibilitas Curvy Influencer dalam Meningkatkan Minat Beli Followers. *ARIMA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 6-13.

- Iman, D. S. (2024). *Pengaruh Sosial Media Marketing, Kesadaran Merek, Dan Kepercayaan Pelanggan, Terhadap Niat Beli Dan Loyalitas Pelanggan Produk Skintific Di Surabaya*. Surabaya: Universitas Hayam Wuruk Perbanas.
- Indriningtiyas, D. (2022). Brand ambassador artis korea pada E-Commerce di Indonesia. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 6(2), 219-230.
- Ira Hardiyanti, A. F. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Pada Skincare Bebwhite C Di Kabupaten Karawang Tahun 2021. *YUME : Journal of Management*, 143-160.
- Japariato, E. a. (2020). Pengaruh tampilan web dan harga terhadap minat beli dengan kepercayaan sebagai intervening variable pada e-commerce shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35-43.
- Jefri Putri Nugraha, M. D. (2021). Teori Perilaku Konsumen. Pekalongan, Jawa tengah: PT. Nasya Expanding Management.
- Junaidi. (2022). Pengaruh Citra Merek And Brand Equity Terhadap Purchase Decision PIA Di CV. PIA Manalagi Probolinggo. *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management*, 254-267.
- Kanuk, S. d. (2014). Perilaku Konsumen. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Karmila, M. a. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Distributor Consumer Goods Di Tasikmalaya). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(8), 3311-3332.
- Keller, K. d. (2010). *Marketing Management*. Pearson Prentice Hall.
- Keller, K. d. (2016). *Manajemen Merek Strategis*. Pearson Education.
- Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran (Marketing Management)*. Pearson Prentice Hall.
- Keller, P. K. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Keller, P. K. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kelvinia Kelvinia, M. U. (2021). Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 85-98.
- Kholifah, U. E. (2022). Pengaruh Keragaman Produk dan Endorser Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe D'poto Situbondo dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(4), 790-806.

Kotler dan Keller. (2010). Pearson Prentice Hall.

Kotler dan Keller. (2016). Pearson Education.

Kotler, P. d. (2018). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Indeks.

Laksono, A. W. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. *Holistic Journal of Management Research*, 5(1), 8-16.

Latifah, F. &. (2013). Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik. Gramedia Pustaka Utama.

Ledy Nimas Bidari, I. K. (2023). The Influence of Brand Ambassador and Brand Image On Skincare Product On Purchase Interest. *Enrichment : Journal of Management*, 1390-1403.

Leedi Setiawati, A. S. (2022). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kesadaran Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Ella Skincare di Cabang Gentan. *JEAM*, 49-59.

Lesmana, A. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Word Of Mouth dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (studi pada konsumen sinar shop pulojahe jakarta timur). Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.

Lestari, R. W. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu converse pada mahasiswa stiesia surabaya. *urnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*,.

Lusyana, R. d. (2020).

Maftuhah, T. &. (2024). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Lazada Indonesia. *Niagara Scientific Journal*, 61-76.

Marpaung, S. W. (2021). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Brand Lloyalty Pada PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) (Studi Kasus Masyarakat Kota Medan). Medan : Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Maryati, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 542-550.

Mas'adi, M. (2020). Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Guru Kita*, 28-35.

- Mashur Razak, M. H. (2021). Pengaruh Video Advertising Dan Sosial Media Konten Melalui Brand Awareness Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Gofood di Kota Makassar. *Akmen Jurnal Ilmiah*, 18(1), 84-97.
- Mega Kumontoy, A. T. (2023). Pengaruh Brand Awareness, Brand Characteristic Dan Emotional Branding Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow di MS Glow Pusat Tondano C. *jurnal EMBA*, 568-579.
- Mohamad, R. &. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 15-26
- Muhammad Edy Supriyadi, S. F. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kemasan Produk Terhadap Minat Beli Produk Skincare Somethinc. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 135-149.
- Murti, R. A. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Korean Wave dan Brand Image Dalam Pembentukan Brans Awareness Pada Produk Skincare Somethinc Di Kota Semarang Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bank BPD Jateng.
- Mutria Ferhaeni, N. P. (2022). Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Bimoli Di CV. Anugrah Agung. *Journal of Applied Management adn Accounting Science*, 25-35.
- Nabila Wika Alya Fauzia, A. (2024). The Influence of Brand Image, Brand Loyalty and Wort of Mouth (WOM) On Purchase Intention for Brand Somethinc. *Indonesian Journal of Economics, Business, Accounting, adn Management*, 31-46.
- Nathani, D. &. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Popularitas, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kamera Sony. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 953-961.
- Niken Puspita Sari, T. S. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Skincare MS Glow (Studi Pada Konsumen MS Glow di Jawa Timur) . *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*, 25-40.
- Novel, A. H. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan MS Glow. *JURNAL AL-AMAL*, 43-49.
- Noviastuti, N. &. (2022). Upaya meningkatkan penjualan menggunakan metode marketing mix di PT. Mega Finance Yogyakarta. *Jurnal Nusantara*, 30-37.
- Oktavia, S. (2023). Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Setia Jaya Madu Kota Metro). Metro: Institus Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

- Pangestika, Z. N. (2024). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi E-Commerce Lazada Di Kalangan Siswa Kelas XII IPS SMA AL-Kautsar Bandar Lampung. Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Porter, M. E. (2019). Industry 4.0 Why competition matters. *Harvard Business Review*, 66-80.
- Priansa, D. J. (2017). Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta.
- Primadana, E. a. (2022). Pengaruh Periklanan Bercitra Religius (Agama Islam) Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Produk Sunsilk Hijab Refresh Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(3).
- Putri, B. A. (2023). Peran Influence Media Sosial dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 13(1), 28-37.
- Putri, J. H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Dukungan Selebriti, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlet Whitening (Studi Kasus Pada Wanita di Kota Tangerang dan Kota Tangerang Selatan). *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*.
- Rachbini. (2020). *Adiba, Surosof, dan Afif*.
- Rafriend Sri Kurniawan, L. L. (2024). Pengaruh Harga dan Fasilitas Jasa Kapal Terhadap Keputusan Pembelian Tiket KM. Kirana VII Lintasan Surabaya Lombok PP di PT. Dharma Lautan Utama Cabang Perak Surabaya. *Soetomo Administrasi Bisnis*, 251-268.
- Rahma, Y. P. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Sunscreen Azarine. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(04), 744-752.
- Reforman Bago, A. S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café Els Coffe Di Padang. *Jurnal Matua*, 215-226.
- Salim, H. S. (2021). *Hukum kontrak: Teori dan teknik penyusunan kontrak*. Sinar Grafika.
- Sangadji, E. d. (2018). Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis. Yogyakarta: CV Andi Offset.

- Santoso, G. E. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Stiesia Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 12(8).
- Sari, F. (2019 ). Penagrh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek, Country Of Origin Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian (*Studi pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komputer Angkatan 2013-2017 Universitas Lampung dalam Memilih Laptop*). Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Sari, S. I. (2021). Pengaruh Daya Tarik Endorser (Maudy Ayunda) dan Iklan Pond's Vitamin Micellar Water Terhadap Minat Beli Remaja Kota Palopo. Palopo: IAIN Palopo.
- Sari, T. L. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rafita's Cake. Bogor: Universitas Binaniaga Indonesia.
- Sari, Y. N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Tingkat Penjualan Produk Rina Brownies Jaya Di Tulang Bawang Barat. Metro: Doctoral dissertation, IAIN Metro.
- Serli Ria Amelia, S. M. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image Dan Country Of Origin Terhadap Minat Beli Konsumen. *Journal of Creative Student Research* (, 143-162.
- Setiyawan, A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Testimoni Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Warga Kelurahan Jatinegara Jakarta Timur). *Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta*).
- Shimp, T. A. (2014). Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi. Jakarta: Salemba Empat.
- Sinulingga, N. A. (2021). Perilaku konsumen (strategi dan teori). *IOCPUBLISHER*.
- Srg, N. N. (2021). Implementasi AHP Dalam Menentukan Skincare Paling Sesuai Berdasarkan jenis Kulit Wajah. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Suci Hestya Damayanti, S. N. (2024). The Influence of Product Quality, Price, and Promotion On The Interes In Buying Beauty Product On Brand Ms Glow. *Journal Research of Social Science Economics and Management*, 1801-1812.
- Sugiono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suharyanto, S. &. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Kedai Kopi Lain Hati di Grand Galaxy City Bekasi). *Jurnal Manajemen Dan Perbankan*, 10-24.
- Sunardi, P. N. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Kualitas Produk Dan Harga (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 302-315.
- Susanti, T. a. (2021). Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Sabun Lifebuoy di Kota Pontianak. *JEMBA: Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen & Bisnis, Akuntansi*, 1(2), 123-137.
- Tam, N. B. (2022). Brand awareness: A review of its antecedents and consequences. *Journal of Business Research*, 404-426.
- Tanjung, G. (2021). Pengaruh youtube beauty vlogger terhadap minat beli konsumen dan dampaknya terhadap keputusan pembelian produk (Studi pada viewers Youtube Wardah channel Suhay Salim) . Jakarta: Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Tasbicha Nur Fitriani, B. K. (2023). Pengaruh Brand Trust, Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (Jebma)*, 968-977.
- Tirtayasa, S. A. (2021). Keputusan pembelian: sebagai variabel mediasi hubungan kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen. . *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67-86.
- Tjiptono, G. C. (2016). Service, quality and satisfaction. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Ulfatun Khofidoh, R. L. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Loyalitas Pelanggan terhadap Minat Beli Teh Botol Sosro di Alfamart Tanjung Kabupaten Brebes. *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research* 1(4), 107-120.

- Umam, A. I. (2024). Efektivitas Wendy Red Velvet Sebagai Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Pond's Triple Glow Serum Dengan Model Viscap (Studi Kasus Pada Remaja di Ciherang Rt 03/06 Kecamatan Tapos Depok). *Economics Learning Experience & Social Thinking Education Journal*, 37-49.
- Veny Melinda, N. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Brand Ambassador dan Word of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Skincare Nature Republic di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 111-121.
- Wahyudi, I. Y. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pelanggan Dengan Nilai Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada UD Tirta Jaya Usaha. Malang: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkucecwara.
- Wayan Weda Asmara Dewi, N. S. (2022). Teori Perilaku Konsumen. Malang: UB Press.
- Weitz, L. d. (2012). *Retailing: The Marketing Approach*. Pearson Prentice Hall.
- Wibowo, T. S. (2022). Efektifitas Strategi Penetapan Harga Produk Barang pada Daya Beli Konsumen. *Studi Literature. Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 2987-2996.
- Widhayani, A. (2020). *Mahir Menulis Kreatif Teks Iklan, Slogan dan Poster*. Yayasan Hidayatul Mubtadi'in.
- Willis Rukmi Feny, B. S. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Skincare MS Glow Beautyhome di Demak). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 168-181.
- Windy Agnes Wilyan, S. S. (2022). Pengaruh Harga dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Safi Skincare Pada Mahasiswa FEB Untirta. *MDP Student Conference*, 239-244.
- Yani, Z. K. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek terhadap Minat Beli Produk Ramah Lingkungan:(Studi Kasus Konsumen Wardah Kolaka). *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, 195-209.
- Yanti, N. D. (2021). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal dan Digital Selling Terhadap Minat Beli Kosmetik Halal. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 1-22.
- Yulianita Putri Rahma, M. B. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Electronic Word O Mouth (E-WOM) Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Suncreen Azarine. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 744-752.

- Yulianti, E. (2022). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Donat Madu Cihanjuang Di Cabang Samratulangi Bandar Lampung). Lampung: UIN Raden Intan Lampung.
- Yultavera, T. &. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Manisan Sumatera, Medan. *Escaf*, 369-375.
- Yusnaini, A. F. (2021). Analisis Diskriminan Sebagai Pembeda Loyaliyas Konsumen Pada Sabun Pembersih Wajah Pond's White Beauty Berdasarkan Inovasi Produk, Kepercayaan Merek Dan Pengalaman Konsumen Di Wilayah Kota Bekasi Jakarta: Universitas Darma Persada.
- Zumarna Yani, F. K. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek terhadap Minat Beli Produk Ramah Lingkungan (Studi Kasus Konsumen Wardah Kolaka). *JURNAL MAHASISWA KREATIF*, 195-208.