

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- A Shimp, Terence. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Edisi 8. Jakarta: Salemba Empat, 2004.
- Adi, Lili, dan Donni Juni. *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Anggraeny, Novia. “Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Konsumen *Smartphone* Samsung Galaxy Series (Studi Kasus Mahasiswa/i Universitas Gunadarma Depok)”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 22, no. 1 (2017).
- Aptaguna dan Pitaloka. “Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek”. *Widyakala* 3, (2016).
- Baskara, Yoga. “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Volkswagen Golf (Studi Kasus Komunitas Nuvolks Jakarta)”. *e-Proceeding of Management* 4, no. 2 (2017).
- Bancin, John Budiman. *Citra Merek dan Word of Mouth (Peranannya dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2019.
- Candra, Indarto. “Pengaruh Pengetahuan Produk dan Presepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Kosmetik Organik”, *Jurnal BISMA (Bisnis dan Manajemen)* 7, no. 2 (2015).
- Data Top Brand skincare lokal terlaris pada E-Commerce. 14 Juli, 2022. <https://compas.co.id/>.
- Data terdaftaranya Halal produk scarlett whitening. 14 Jul. 2022. <https://www.halalmui.org/>.
- Dermawan, Aulia Agung. “*Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Skincare Melalui Offline dan Online*”. Universitas Sumatera Utara. (2020).
- F. Fure., J. Lopian., R. Taroreh. “Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di J.CO Manado”, *Jurnal EMBA* 3, no. 1 (2015).
- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2011.
- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2018.

- Habibah., Ikhwan Hamdani., dan Santi Lisnawati. “Pengaruh *Brand Image*, dan *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi pada Perempuan Muslim di Kota Bogor)”. *Iqtishoduna* 7, no. 2 (2018).
- Hasan, Iqbal. *Analisis Data Penelitian dengan Statistika*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Hendrayani, Eka., Wahyunita Sitinjak, Gusti Putu Eka Kusuma, David Ahmad Yani, Ni Nyoman Kerti Yasa, Teti Chandrayanti, Voettie Wisataone, Aditya Wardhana, Roeskani Sinaga, Nur Hilal. *Manajemen Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2021.
- Huda, Nurul., Khamin Hudori, Rizal Fahlevi, Badrussa’diyah, Dea Mazaya, Dian Sugiarti. *Pemasaran Syariah (Teori & Aplikasi)*. Depok: Kencana, 2017.
- Kristanto, Heru. *Kewirausahaan (Entrepreneurship) Pendekatan Manajemen dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- Kotler, Philip. dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Erlangga, 2010.
- Kotler, Philip. dan Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Khotimah, Husnu., Muhammad Khafid, Amin Pujiati. “Sikap Konsumen dan Gaya Hidup Mahasiswa dalam Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Melalui Minat Beli”. *Journal of Economic Education* 5, no. 2 (2016).
- Lestari, Winda Puji. “Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Kudus”. Skripsi IAIN Kudus, (2020).
- Lubis, Akrim Ashal. “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit”. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 16, no. 2 (2015).
- Mahanani, Estu. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Matahari Mall”. *Jurnal Humaniora* 2, no. 2 (2018).
- Masrukin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kudus: Media Ilmu Pers & Mibarda Publishing, 2015.
- Masrukin. *Statistik 1 Berbasis Computer Ekonomi Islam*. Kudus: Media Ilmu Press, 2015.

- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016.
- Mahyarni. “*Theory of Reasoned Action dan Theory of Planned Behavior* (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku)”. *Jurnal El-Riyasah* 4, no. 1 (2013).
- Melati, Ayu Kusuma. dan Widyastuti. “Pengaruh Citra Merek dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Pembalut Wanita Charm”. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen* 2, no. 2 (2014).
- Mubarok, Dadan Abdul Aziz. “Pengaruh *Celebrity Endorsment* terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Konsumen Mahasiswa Kelas Reguler Sore STIE INABA Bandung)”. *Jurnal Indonesia Membangun* 15, no. 3 (2016).
- Nasehudin, Toto Syatori. dan Nanang Gozali. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2012.
- Noviandani, Martha Ineke. “Nilai-nilai Amanah Sebagai Strategi Fungsional pada Rumah Makan Wong Solo Cabang Gresik”. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 2, no. 5 (2015).
- Nurhayati, Siti. “Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Samsung di Yogyakarta”. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Akuntansi* 4, no. 2 (2017).
- Okky, Mery. dan Hendri Sukotjo. “Pengaruh Kesadaran merek, Asosiasi Merek, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Aqua”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 5, no. 5 (2016).
- Olivia, Dita. Maya Arianti, dan Dinda Amanda. “Pengaruh *Celebrity Endorser* di Media Sosial Instagram dalam Promosi Produk Hijab Terhadap Minat Beli Konsumen”. *e-Proceeding of Management* 3, no. 3 (2016).
- Pangaribuan, Lina. “Efek Samping Kosmetik dan Penanganannya Bagi Kaum Perempuan”. *Jurnal Keluarga Sehat Sejahtera* 15, no. 2 (2017).
- Parengkuan, Valentine., Altje Tumbel, Rudy Wenas. “Analisis Pengaruh *Brand Image* dan *Celebrity Endorsment* Terhadap Keputusan Pembelian produk Shampo Head and Shoulders di 24 Mart Manado”. *Jurnal EMBA* 2, no. 3 (2014).
- Pujadi, Bambang. “Studi tentang Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Melalui Sikap terhadap Merek (Kasus pada Merek Pasta Gigi Ciptadent di Semarang)”. *Thesis, Universitas Diponegoro Semarang*. <http://eprints.undip.ac.id/24061/>.
- Putri, Sri Rahmi. dan Rizki Amalia. “Pengaruh *E-Wom* terhadap Citra Perusahaan dan Dampaknya terhadap Minat Beli Konsumen Pada

- Situs Online Shopee.id". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen* 3, no. 2 (2018).
- Putra, Algamar. "Pengaruh Iklan dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Texas Chicken Pekanbaru)". *JOM Fisip* 4, no. 1 (2017).
- Priyanti, Yuli., Febri Susanti, Nazaruddin Aziz. "Minat Beli Konsumen Toko Sepatu Bata Di Pasar Raya Padang Dilihat dari Sikap dan Iklan". *Jurnal Pundi* 1, no. 2 (2017).
- Priyatno, Dwi. *Paham Analisa Statistik dengan Data SPSS*. Yogyakarta: Mediakom, 2010.
- Profil Scarlett Whitening dan Produk-produk Scarlett Whitening. 20 Januari, 2022. <https://www.scarlettwhitening.com>.
- Sani, Achmad, dan Vivin Maharani. *Riset Manajemen SDM Untuk Skripsi, Tesis, Disertasi dan dilengkapi dengan Contoh Artikel Jurnal*. Malang: Inteligensia Media, 2019.
- Savitri, Nyoman Wisniari. "Pengaruh Celebrity Endorser dan Iklan Melalui Media Televisi terhadap Minat Beli pada Tokopedia di Denpasar". *E-Jurnal Manajemen Unud* 6, no. 8 (2017).
- Satria, Arief Adi. "Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36". *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 2, no. 1 (2017).
- Sani, Achmad. dan Vivin Maharani. *Riset Manajemen SDM Untuk Skripsi, Tesis, Disertasi dan dilengkapi dengan Contoh Artikel Jurnal*. Malang: Inteligensia Media, 2019.
- Sangadji, Etta Mamang. dan Sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013.
- Sariroh, Riayatus. "Penggunaan Produk Waterproof Cosmetics dalam Perspektif Medis dan Fiqh Ibadah (Studi pada Mahasiwi Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum IAIN Tukungagung)". UIN SATU Tulungagung Institutional Repository, (2018).
- Saidani, Basrah. dan Samsul Arifin. "Pengaruh Kualitas produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market". *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* 3, no. 1 (2012).
- Setyaningsih, Eni. dan Sugiyanto. "Pengaruh Celebrity Endorsment terhadap Minat Beli Produk Deavhijab Fashion". *Humanis (Humanities, Management and Science proceedings)* 1, no. 2 (2021).
- Shinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011.
- Sunyoto, Danang. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service, 2015.

- Sunyoto, Danang. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service, 2015.
- Sunyoto, Danang. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service, 2013.
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 2008.
- Sugiyono. *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suhardi, Dadang. dan Rika Irmayanti. “Pengaruh *Celebrity Endorser*, Citra Merek, dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Konsumen”. *Jurnal Inspirasi Bisnis & Manajemen* 3, no. 1 (2019).
- Sujarweni, Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru, 2015.
- Sopiah dan Etta Mamang Sangadji. *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2016.
- Swastha,B dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset, 2003.
- Swasty, Wirania. *Branding (Memahami dan Merancang Strategi Merek)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2016.
- Tri, Feby. dan Rulirianto. “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang pada Produk *Scarlett Whitening Body Lotion* di Kota Malang”. *Jurnal Aplikasi Bisnis* 7, no. 1 (2021).
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen dan Strategi Merek*. Yogyakarta: Andi Publisher, 2011.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. Edisi 4, 2015.
- Wulandari, Ni Made Rahayu. dan I Ketut Nurcahya. “Pengaruh *Celebrity Endorsment, Brand Image, Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian *Clear Shampoo* di Kota Denpasar”. *E-Jurnal Manajemen Unud* 4, no. 11 (2015).