

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, L. A., Zulistiani, Z., & Damayanti, S. (2023). Strategi Pemasaran Melalui Social Media Instagram Dan Tiktok Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Ardana Studio). *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 8, 14–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.36594/jtec.v5i1.137>
- Aradatin, S. A. Al, Muslih, B., & Meilina, R. (2021). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Aktif Prodi Manajemen Angkatan 2017 UNP Kediri). *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi (SENMEA)*, 757–767. <https://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/article/view/1704>
- Az-zahra, A. F., & Sudrajat, R. H. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador NCT 127 dan Daya Tarik Iklan terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic The Influence of NCT 127 Brand Ambassadors and Advertising Appeal on Purchase Decisions of Nature Republic Product*. 8(5), 7017–7025.
- Cahayati, F. S. A., & Wijayanti, R. F. (2024). Pengaruh Iklan Media Sosial Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 10(1), 177–183. <https://doi.org/https://doi.org/10.33795/jab.v10i1.4457>
- Dilla, K., Sabilla, E. N., & Muslih, B. (2022). Analisis Kualitas Produk, Celebrity Endorser, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Ms Glow Outlet Kertono. *Simposium Manajemen Dan Bisnis*, 457–463.
- Dwiyanti, N. M., Mitariani, N. wayan E., & Hendrawan, I. G. Y. (2024). Pengaruh Band Image, Persepsi Harga Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Wardah Di Kota Denpasar. *Jurnal Emas*, 5(10), 86–91. <https://doi.org/https://doi.org/10.32511/tourism.v2i1.318>
- Endang, A., & Napitulu, E. V. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Scarlett Whitening Di Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 12(2), 609–618. <https://doi.org/https://doi.org/10.47492/jih.v12i2.2973>
- Epriyanika. (2023). Pengaruh iklan dan brand image terhadap minat beli konsumen pada skincare ms glow sintang. *Jurnal Equilibrium Manajemen*, 9(2), 6. <https://doi.org/https://doi.org/10.54035/jem.v10i2>
- Fallahnda, B. (2023). *Siapa Pemilik Daviena Skincare yang Viral karena Omset*

Rp3 M? Tirto.Id.

- Farida, F., & Wiryani, E. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Serum Scarlett Whitening. *Management and Accounting Expose*, 6(1), 10–19. <https://doi.org/https://doi.org/10.36441/mae.v6i1.1153>
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Mutivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.).
- Khiwari, Z. (2025). *Mengintip Guruhnya Perputaran Uang Bisnis Skincare di Indonesia*. CNN INDONESIA.
- M, O. M., & Rowena, J. (2019). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Pada Produk High End Make Up and Skin Care Pada Generasi Millenial Jakarta. *JURNAL BINA MANAJEMEN*, 7(2), 161–170. <https://doi.org/https://doi.org/10.52859/jbm.v7i2.48>
- Maktita, N., & Panjaitan, H. (2023). Pengaruh Brand Awareness Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 2(4), 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.30640/inisiatif.v2i4>
- Ningtias, I. N. C., Istiasih, H., & Damayanti, S. (2024). Pengaruh Influencer Endorse, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare the Originote Di Kota Kediri. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi (SENMEA)*, 134–143.
- Nugroho, A., & Soliha, E. (2024). Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Kecantikan: Peran Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Dan Celebrity Endorsement. *Jurnal Ekonomi & Syariah*, 7(1), 226–242. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1348>
- Nurjamad, M. A., & Maretha, V. P. P. (2024). Pengaruh Iklan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian The effect of Advertising and Product Quality on Avoskin Product Purchasing Decisions of PT Sanbe Farma Employees at the Cimahi Branch. *Journal of Economic Business*, 2(2), 23–36. <https://doi.org/10.58818/ijeb.v2i2.79>
- Pangestu, A. D., Untari, D. T., & Andiran. (2024). Pengaruh Iklan , Citra Merek , Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Wardah (Survei Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(8), 314–324. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jiem.v2i8.2292>
- Prasetyo, M. M., & Wibowo, S. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen Dinamis*, 1(2), 62–79.

<https://doi.org/10.59330/jmd.v1i2.14>

- Rahmi, M. A., & Surianto, M. agung. (2024). Pengaruh Kelompok Referensi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v5i2.9046>
- Sarumaha, M., Halawa, V. P. S., & Sugiharto, B. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow Dengan Awareness Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pengguna Ms Glow Di Kota Medan). *Jurnal Dunia Pendidikan*, 4(3), 1309–1329. <https://doi.org/https://doi.org/10.55081/jurdip.v4i3.2083>
- Setiowati, N., & Farida, I. (2024). Pengaruh Word Of Mouth, Persepsi Harga, Brand Image, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang Hand & Body Vaseline di Kota Semarang. *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 439–452. <https://doi.org/https://doi.org/10.37531/ecotal.v5i1.1052>
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Sugoyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syamsidar, R., & Soliha, E. (2019). Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Banaran 9 Coffee and Tea di Gemawang, Kabupaten Semarang). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 26(2), 146–154. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/>
- Tohari, A., Ramadhani, R. A., Muslih, B., & Kurniawan, A. (2024). Structural Equation Modeling: Taxpayer Compliance of Msmes in Kediri City. *Revista de Gestao Social e Ambiental*, 18(7), 1–17. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n7-078>
- Wiryani, E. A., & Farida, F. (2022). Analisis Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Dalam Keputusan Pembelian Ulang Produk. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(5), 717–724. <https://doi.org/10.59004/jisma.v1i5.217>
- Yuliana, R., & Pantawis, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Green Marketing Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Skincare di Kota Semarang. *Journal of Economics and Banking*, 4(1), 79–86. <https://doi.org/10.35829/econbank.v4i1.164>