

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2017) *Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Buchari Alma (2016) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Fandy Tjiptono (2015) *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Farida, F. and Wiryani, E.A. (2023) *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG SERUM SCARLETT WHITENING, Management & Accounting Expose*. Available at: <http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/accounting>.
- Ghozali (2018) *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Khoiruman Dosen, M. and S1, M. (2015) *PENGARUH TUKUL ARWANA SEBAGAI CELEBRITY ENDORSER TERHADAP BRAND AWARENESS MASYARAKAT (STUDI KASUS IKLAN XL VERSI TUKUL ARWANA)*.
- Kotler dan Keller (2018) *Manajemen Pemasaran*. 12th edn. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P. and K.L.K. (2016) *Marketing Managemen and Brand management*. 15th Edition. Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, P. dan A.G. (2019) *Marketing an Introduction*. 10 th. Edition. Indonesia: Perason.
- Kotler Philip dan Kevin L. Keller, 2016 (2016) *Manajemen Pemasaran*. Global Edition. Pearson Prentice Hal.
- Muhammad Fajar Laksana (2019) *Praktis memahami manajemen pemasaran / Muhammad Fajar Laksana*. Cetakan Pertama. Depok: Khalifah Mediatama.
- Priansa (2017) *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Priyatno, D. (2018) *SPSS Panduan Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*. 1st edn. Edited by Giovanny. ANDI.
- Santi, R., Hutagaol, R. and Safrin, F.A. (2022) "PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SCARLETT WHITENING," *JOSR: Journal of Social Research Juni*, 2022(7), pp. 761–772. Available at:

<http://https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr>
<http://internationaljournallabs.com/index.php/ijsr>.

- Sugiyono (2017) . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet, CV.
- Sugiyono (2019) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Syafitri, A., Ratna Sari, E. and Sanjaya, V.F. (2021) *Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Mahasiswi UIN Raden Intan Lampung)*. Mei.
- Wahyu Widyaningrum, P. (2019) *PENGARUH LABEL HALAL DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (SURVEI PADA KONSUMEN WARDAH DI PONOROGO)*.
- Wijanarko Suharyono Zainul Arifin, P. (2019) *PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP CITRA MEREK DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei kepada Pengunjung Warung Kopi Kriwul, Kelurahan Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang yang Pernah Melihat Iklan dan Membeli TOP Coffee)*, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol.* Available at: www.aeki-aice.org..
- Yossie Rossanty, M.D.T.P.N.F.A. (2018) *Consumer Behaviour in Era Millennial*. Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- PEREKONOMIAN, K. K. B., & INDONESIA, R. (2024). *Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung-penguatan-blue-economy>