

## DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M. (2022). Celebrity Endorser , Citra Merek dan Harga Sebagai Penentu Keputusan Pembelian. *Ecotal*, 3(1), 104–117.
- Alvarez, A., Handayani, S., & Yanti, R. T. (2023). *The Effect of Brand Image and Service Quality on Purchasing Decisions at Indomaret Ahmad Yani Manna South Bengkulu Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret Ahmad Yani Manna Bengkulu Selatan*. 2(2), 375–386.
- Amalia, A., & Sinurat, E. S. (2023). *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Skincare MS GLOW Pada Toko MS GLOW Kendy*. 2774–4221.
- Anisafirli, R., & Lusia, A. (2023). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Di Seira Skincare. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(4), 1322–1337. <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i4.750>
- Armstrong, G. (2020). *Marketing Management*.
- Arum Tian Maulidya, S. (2023). the Influence of Celebrity Endorsers, Brand Image, and Brand Trust on Purchasing Decision of Wardah Lightening Serum Ampoule Products in Surabaya. *International Journal Of Economy Education and Entrepreneurship*, 3(2), 377–386. <https://doi.org/10.53067/ije3.v3i2>
- Athia, I., Salim, M. A., & Aristamia, Putri Diana; Salim, Agus M; Athia, I. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang)*. Vol. 12. N, 2361–2370.
- Ayu S., C., Samsudin, A., Hidayat, R., S.E., C., N.A., O., F., F., & Agusnia W., T. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(5), 1171–1180. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i5.2688>
- Daga, R. (2017). *CITRA, KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN PELANGGAN*. GLOBAL RESEARCH AND CONSULTING INSTITUTE.
- Fauziah, N., Abdul, D., & Mubarak, A. (2019). *PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI : STUDI PADA PRODUK KECANTIKAN*. 8(1), 37–44.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Greene, W. H. (2018). *Econometric Analysis* (edisi-8).
- Imam, M., & Mursidah, N. (2021). Analisis Pengaruh Price Earning Ratio dan Earning Per Share terhadap Return Saham pada Sub Sektor Property and Real Estate yang Terdaftar di BEI. *Borneo Student Research*, 2(2), 1460–1468. <https://journals.umkt.ac.id/index.php/bsr/article/view/1959>
- Irda, Roshia, Z., & Titipan, W. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kerajinan Perak Di Nagari Koto Gadang, Kabupaten Agam. *Menara Ekonomi*, 5(2), 44–52.
- Maharani, S. (2023). *Pengaruh Harga , Selebgram Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc pada Mahasiswa FEB UMSU*. 4(3), 275–289.

- Mahfuzhah, H., Maskuri, M., & Supriyono, E. (2022). Penentuan jumlah sampel minimum untuk memperkirakan prevalensi gizi kurang pada anak balita dengan menggunakan rumus Lameshow. *Penelitian kesehatan*.
- Maruapey, W. I., Guslina, I., & Idrus, Y. (2022). Perilaku Konsumen Tentang Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk AMDK. *PUBLIC POLICY (Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik & Bisnis)*, 3(2), 92–105. <https://doi.org/10.51135/publicpolicy.v3.i2.p1-15>
- Mudayat, R. K. I. (2022). *PENGARUH HARGA, BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SOMETHINC*. 1–15.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojianti, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Beribe, M. F. B. (2021). *TEORI PERILAKU KONSUMEN* (A. Jibril (ed.)). PT. Nasya Expanding Management (Penerbit NEM - Anggota IKAPI).
- Nurhayati, & Wahyu, W. (2022). *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). Buku Ajar Dasar-dasar Statistik Penelitian. In *Sibuku Media*.
- Nurzaman, R., & Suryani, E. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo di Bandung. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom*.
- Prasetyo, I. (2021). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN SERVICE QUALITY TERHADAP PURCHASE INTENTION*. Volume 5/N, 82–87.
- Purba, S. Y. Y., & Listyorini, S. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Natasha Skincare (Studi pada Konsumen Natasha Skincare Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 357–363. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Rahmadani, R., & Astuti, S. R. T. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek, Celebrity Endorser, dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Scarlett Whitening di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 12(1), 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Rana, R., & Rastogi, R. (2021). Celebrity endorsement and brand equity: A study on millennial consumers. *Journal of Promotion Management*.
- Rapingah, S. (2022). *BUKU AJAR METODE PENELITIAN*. CV. Feniks Muda Sejahtera, Anggota IKAPI.
- Ridhadani. (2020). *Metodologi Penelitian Dasar Bagi Mahasiswa dan Peneliti Pemula* (A. Juhaidi (ed.)). Pascasarjana.
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- Saputra, R., & Arifin, Z. (2022). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi pada Mahasiswa Universitas XYZ). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Saputri, S. A., & Novitaningtyas, I. (2022). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN REVIEW BEAUTY VLOGGER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KOSMETIK*. 15(1), 65–76.

- Selvia, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). the Effect of Price and Product Quality on the Purchase Decision of Scarlett Whitening Products on Students of the Faculty of Economics and Business Sam Ratulangi Manado University. *Emba*, 10(4), 320–330.
- Simamora, V. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Skincare Nature. *Journal for Business and Entrepreneurship*, 4(2), 22.
- Siyoto, S. (2015). *DASAR METODOLOGI PENELITIAN*. Literasi Media Publishing.
- Sudarmin. (2023). Pengaruh Word of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow. *SOLUSI: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi Vol. 21, No. 3, Juli 2023, Hal 723-729 SOLUSI*, 21(3), 723–729.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sukmawati, D. A. R., Mathori, M., & Marzuki, A. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 579–599. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.487>
- Syarifah, I. (2022). Pengaruh Soft Selling dalam Media Sosial Instagram dan Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 6(1), 48–56. <https://doi.org/10.35308/jbkan.v6i1.5247>
- Syarifudin. (2019). *CITRA MEREK DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN*. UNIMAL PRESS.
- Tran, G. A. (2023). Exploring the interactive effects of product quality, celebrity endorsement, and brand trust on consumer-based brand equity and purchase intention. *Journal of Marketing Analytics*, 11(1), 57-72.
- Utami, N. P. E. W., & Puja, I. M. S. (2021). Pengaruh Citra Koperasi, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Serba Usaha Wahyu Artha Sedana Di Gianyar. *Widya Amrita*, 1(1), 126–143. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1161>
- Wardani, D. S. D., & Maskur, A. (2022). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING (Studi Kasus Pengguna Scarlett Whitening). *Jesya*, 5(2), 1148–1160. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.689>
- Wicaksono. (2020). Membangun Citra Positif Perusahaan melalui Pengungkapan Lingkungan. *Akuntansi Multiparadigma*.