

DAFTAR REFERENSI

- Adnan. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga Di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(2).
- Adnan, & Abubakar, R. (2021). Manajemen Pemasaran (Dari Legacy Marketing Ke New Wave Marketing). *Sefa Bumi Persada*.
- Adnan, Yunus, M., Adam, M., & Hafasnuddin. (2019). The Effect Of Product Quality, Brand Image, Price, And Advertising On Purchase Decision And Its Impact On Customer Loyalty Of Morinaga Milk In Aceh. *International Journal Of Innovation, Creativity And Change*, 9(4), 234–249.
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand And Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V4i1.277>
- Anas, A. A., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Di Eiger Store Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 8(3), 953–958.
- Annur, M. C. (2023). *Produk Ibu Dan Anak Paling Terdampak Aksi Boikot-Israel, Kecantikan Tak Goyah*. Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/12/05/produk-ibu-dan-anak-paling-terdampak-aksi-boikot-israel-kecantikan-tak-goyah>
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep Dan Strategi*. Raja Grafindo Persada.
- Bahri, S., & Herlina. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Selular Merek Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Malikussaleh. *Jurnal Visioner & Strategis*, 6(2), 99–109.
- Compas. (2022). *10 Brand Skincare Lokal Terlaris Di Online Marketplace*. [Compas.Co.Id. https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/](https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/)
- Econ.Go.Id. (2024). *Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor Dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy*. [Econ.Go.Id. https://www.econ.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung-penguatan-blue-economy](https://www.econ.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung-penguatan-blue-economy)

- Fahrezi, A., & Sukaesih, U. (2023). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Aldo (Studi Kasus Di Pondok Indah Mall Jakarta). *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (Snpk)*, 2, 189–199. <https://doi.org/10.36441/Snpk.Vol2.2023.117>
- Faradita, T. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser, Content Marketing, Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific (Studi Pada Pengguna Produk Skintific Di Kota Semarang). *Mufakat. Jurnal Ekonomi Akuntansi, Manajemen*, 2(7), 89–102.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25* (Edisi 9). Universitas Diponegoro.
- Heikal, M. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Harian Waspada Medan. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 18(1). <https://doi.org/10.29103/E-Mabis.V18i1.284>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Inggasari, S. M., & Hartati, R. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Cakrawangsa Bisnis*, 3(1), 1–22.
- Kalodata.Com. (2024). *Penjualan Scarlett Whitening*. Kalodata.Com. <https://kalodata.com/shop/detail?id=7493994320825255288®ion=id&daterange=%5b%222024-05-12%22%2c%222024-05-18%22%5d&catevalue=%5b%5d>
- Kinanti, S., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Di Kota Batam. *Eco-Buss*, 5(April), 880–893.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing* (17th Ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing Management* (16th Ed.). Pearson Education.
- Ngatno. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Ef Press Digimedia.
- Prabowo, R. E., Indriyaningrum, K., & Setyani, A. D. (2020). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olah Raga Merek Adidas (Studi Di Kota Semarang). *Solusi*, 18(4). <https://doi.org/10.26623/Slsi.V18i4.2846>
- Pratiwiningsih, I. (2018). *Pengaruh Celebrty Endorser Terhadap Keputusan*

Pembelian Melalui Brand Image (Studi Pada Konsumen Honda Vario Di Cv. Sumber Makmur Abadi).

- Pudianingsi, A. R., Imaduddin, W., Mufidah, E., & Ardiyanti, E. P. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Teknologi Informasi Akuntansi*, 3(1), 458–470.
- Rahmiyatul, Heriyana, & Maimunah, S. (2023). Pengaruh Promosi, Gaya Hidup Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Pada Masyarakat Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner \& Strategis*, 12(1), 41–47.
- Ramadhani, I., & Nadya, P. S. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Fesyen Muslim Hijup. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (Knema)*, 1177, 1–14.
- Reinaldo, I., & Chandra, S. (2020). The Influence Of Product Quality, Brand Image, And Price On Purchase Decision At Cv Sarana Berkat Pekanbaru. *Journal Of Applied Business And Technology*, 1(2), 137–150. <https://doi.org/10.35145/jabt.v1i2.40>
- Ristauli Hutagaol, R. S., & Safrin, F. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening. *Journal Of Social Research*, 1(7), 761–772. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i7.147>
- Rosanti, N., Karta Negara Salam, & Panus. (2021). The Effects Of Brand Image And Product Quality On Purchase Decisions. *Quantitative Economics And Management Studies*, 2(6), 365–375. <https://doi.org/10.35877/454ri.Qems360>
- Sampe, Y. D., & Tahalele, M. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Vivo Pada Toko Bandung Jaya A.Y Patty Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 1.
- Samsudin, A., Hidayat, R., Christnugroho, N.A, O., F, F., W, T. A., & S, C. A. (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>
- Sari, M. D. (2023). *Perilaku Konsumen*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Sari, N., & Sari Sitompul, S. (2023). The Effect Of Celebrity Endorser, Product Quality, Packaging And Product Knowledge On Purchase Decisions Of

Skintific Product On Pelita Indonesia Students In Pekanbaru. *Jurnal Bansi - Jurnal Bisnis Manajemen Akutansi*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/10.58794/Bns.V3i1.445>

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.

Yunaida, E. (2017). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798–807. <https://doi.org/10.33059/Jmk.V6i2.685>

Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen Di Era Modern* (1st Ed.). Yayasan Pat.