

DAFTAR REFERENSI

- Adnan,a “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Susu Morinaga di Aceh.” *Jurnal Internasional Inovasi, Kreativitas dan Perubahan* 9.4 (2019): 234-249.
- _____,b (2022). Pengantar Bisnis Digital. Sefa Bumi Persada, Lhokseumawe.
- Adnan, Murhaban, Sulaiman, & Zulkifli, (2023). Etika Bisnis Dan Tanggung Jawab Sosial. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- _____.c "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 (2019): 234-249.
- _____,d "Pengaruh Atmosfer Café, Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Dokter Kupu Café di Kota Lhokseumawe)." *Jurnal Visioner & Strategis* 9.1 (2021).
- _____.e (2020). Reinventing Potensi Generasi Millennial di Era Marketing 4.0. Aceh: Sefa Bumi Persada (Unpublished). Diakses pada: <https://repository.unimal.ac.id/7014>.
- _____.f (2021). Manajemen Pemasaran. (Dari Legacy Marketing Ke New Wave Marketing). Sefa Bumi Persada, Lhokseumawe.
- _____,g (2023). Manajemen Inovasi Dan Kreatifitas. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- _____,h (2018) Marketing Mix Di Era Digital. Seva Bumi Persada. Lhokseumawe.
- _____,i (2021). Perilaku Konsumen.Sefa Bumi Persada, Lhokseumawe.
- Adawiyah, D. A., Aisyah, S., & Ramadhani, S. (2023). *Pengaruh Harga , Kualitas Produk Dan Celebrity Endors*.
- Ahmad Afif Abdullah, A. (2022). Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Manarik Minat Calon Peserta Didik Baru Di SMK Terpadu Khoirot Kandat. *Al-Makrifat: jurnal kajian Islam*, 7(2), 43-63.
- Ahmad, Aldi. "Pelaksanaan Bauran Pemasaran Pada Bagian Sales *Skincare* Merek Ms Glow di Kota Bandung." (2019).
- Aprilia, Arinda, and Laily Muzdalifah. "Peran Trust Dalam Memediasi Antara Viral Marketing dan Celebrity Endorse Terhadap Purchase Decision Pada Produk Ms. Glow (Studi Kasus di Shopee JUSTMSGLOW)." *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo* 9.2 (2023): 274-287.

- Al-Ababneh, H.A. (2020). E-Marketing Strategy and its Development Trends.
- Anwar, Resa Nurlaela, and Diah Ratna Amelia. "The influence of celebrity endorser and electronic word of mouth on purchase decision with brand image as an intervening variable on MS Glow Products." *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan* 5.6 (2023): 2553-2565.
- Andhika, Muhammad Feby. "Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lawson U-Town Bintaro." *JOURNAL SAINS STUDENT RESEARCH* 1.1 (2023): 514-523.
- Amalia, Agstri Permata Sari. "Pengaruh Harga, Dimensi Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Larissa Aesthetic Center Klaten"(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Widya Dharma Klaten). Diss. Universitas Widya Dharma, (2018).
- Brebes, K., & Tengah, P. J. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Skincare MS Glow di Store Rofa Losari Brebes*. 6(2), 4776–4788.
- Cookson, M. D., & Stirk, P. M. R. (2019). Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat beli Konsumen (studi pada Villa Triviona di PT. Aek Nauli Medan). *EKonomi Dan Bisnis*, 13–33.
- Effendi, Nur Ika, et al. "Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm di Kabupaten Bungo." *Formosa Journal of Multidisciplinary Research* 1.3 (2022): 469-480.
- Ekuitas, S., Rahmahyanti, R. N., & Andriana, A. N. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk , Brand Ambassador dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow*. 4(4), 1143–1151. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i4.3309>
- Fathorrozi, F., & Muhith, A. (2021). Pelaksanaan Manajemen Pemasaran *JIEMAN: Journal of Islamic Educational Management*, 3(2), 203-220.
- Febrianita, C., Longgom, M., & Amalita, N. (n.d.). *Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Memilih Mobil Bekas Merk Toyota Menggunakan Analisis Faktor*. 5–9.
- Fitri, N.N., Wulandari, E., Budiman, M.A., & Ernah, E. (2024). Minat Beli Generasi Z terhadap *skincare* merek MS Glow. 10 (1), 702-716.

- Ghozali, (2018) Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, (2019). Multivariate Data Analysis, New Internasional Edition. New Jersey: Pearson.
- Harsono, S., & Haripraditya, N. T. (2022). *Perilaku belanja online dan niat beli pada generasi “ Z ” di Indonesia*. <https://doi.org/10.14414/jbb.v12>
- Hertina, D., & Wulandari, D. (2022). Pengaruh harga, kualitas produk dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5379–5384. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.1988>
- Haslinda, Haslinda. The Influence of Customer Review, Influencer and Brand Awareness on Purchase Decision of Ms Glow Product In Wajo Regency. Diss. Universitas Hasanuddin, 2022.
- Inspeksi, J., Cibat, K., Bekasi, K., & Barat, J. (n.d.). *Pengaruh kualitas Produk , Harga , dan Digital Marketing Terhadap Produk MS Glow Beauty Terlaris di Berbagai macam produk kosmetik di kosmetik untuk konsumen wanita maupun*. 5(2), 135–145.
- Irnanta, H., & Manajemen, P. S. (n.d.). *Pengaruh Harga , Testimonial Dan Word Of Mouth (Wom) Terhadap Ketertarikan Konsumen Pada Produk MS Glow Di Kabupaten Lumang*. 1–8.
- Ikhsani, K., Widayati, C. C., & Jordan (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Resiko, Promosi, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Niat Beli *Skincare* Produk Merek Ms Glow . *Jurnal Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Kewirausahaan*, 1(1), 81-90.
- Karinka, E., & Firdausy, M. (2019). *Faktor Yang Mempengaruhi Niat Membeli Konsumen Melalui Shopee Di Universitas Tarumanagara*. 1(4), 666–676.
- Khusuma, Dayinta Tiara, and Hardi Utomo. "Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Venice Pure Aesthetic Clinic Salatiga." *Among Makarti* 13.2 (2021).
- Kolter, Philip dan Keller, Kevin Lane (2018). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Linansyah, J., Studi, K., Manajemen, J., & Malang, U. M. (2021). *Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk , dan Harga Terhadap Pembelian*. 02(02). <https://doi.org/10.22219/jamanika.v2i02.21963>
- Linansya, Winda. Pengaruh persepsi harga, persepsi kualitas dan persepsi risiko terhadap minat beli konsumen produk skincare ms glow di kabupaten sragen. Diss. Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2021.

- Maghfiroh, (2023) "Pengaruh Inovasi Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk MS Glow di Kota Lamongan"
- Marketing, P. I., & Marketing, S. M. (2023). *Pengaruh Influencer Marketing Dab Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Generasi Z Kecamatan Pancur Batu (Studi pada Konsumen Produk Skincare Merek MS Glow) Skripsi Oleh : Suhendra Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Medan Area Medan Pancur Batu (Studi pada Konsumen Produk Skincare Merek MS Glow) Skripsi Oleh : Suhendra.*
- Mubarak, N., & Mountung (2019). *Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek , Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Smartphone Iphone Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening.* 3(2), 429–439. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i2.544>
- Musnaini, M., Ariesti Anggraeni, W., Sampe, F., Alfonsius, A., Setiawan, R., Susilawati, W., ... & Listiawati, L. (2023). Strategi manajemen pemasaran.
- Munandar, M., Sudarso, A., Nainggolan, N. T., Nainggolan, L. E., Fuadi, F., Hastuti, P., ... & Gusman, D. (2020). Perilaku Konsumen Di Era Digital.
- _____a (2018). Pengaruh Harga, Celebrity Endorser, Kepercayaan, dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Di Media Sosial Instagram. *Jurnal Visioner & Strategis*, 5(2).
- _____b (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Belanja Online Pada Mahasiswa Universitas Bumi Persada Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 11(2).
- Philip Kotler, K.L.K Manajemen Pemasaran (Edisi Ketiga Belas Jilid 1). Philip Kotler, Kevin Lane Keller.
- Salwa, Salwa Alfa Rohmatin, and Citra Mulya Sari. "Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Usaha Kecil Dan Menengah Nugraha Food Tulungagung." *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah* 1.5 (2022): 640-653.
- Shubhan, M. Rina, R. R., Heikal, M., Mariyudi, M. (2023). Pengaruh Citra Merek Kualitas Produk Kualitas Pelayanan dan Gaya Hidup Mahasiswa Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada E-Commerce. *Jurnal Visioner & Strategis*, 12(2), 47-56.
- _____,a (2024). Pengaruh Faktor Pendorong Belanja Online Terhadap Niat Perilaku Konsumen di Kota Lhokseumawe dengan Metode Pembayaran Cash-On-Delivery Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(1), 25-39.
- Nur, F., Anwar, A., & Ekawati, N. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Ms Glow Pada Penduduk Perempuan Di Kabupaten Karawang.* 7(1), 520–533.

- Nur, Y., Teknologi, I., Indonesia, N., & Sulawesi, S. (2017). *The Effect of Lifestyle , Brand Image , and Product Quality on Iphone Purchase Decisions*. 443–455.
- Nurhasanah, N., Febriyani, Z. P., & Sk, P. (2023). *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis Pengaruh brand ambassador dan social media ads terhadap purchase intention melalui brand image produk skincare ms glow*. 16(2), 156–175.
- Nurita, D., Indayani, L., Febriansah, R. E., Yulianto, M. R., Manajemen, P. S., & Sidoarjo, M. (2023). *The role of instagram social media, celebrity endorsements, and verbal communication on the buying interest of pilotter products*. 7, 2247–2261.
- Norhidayati, Norhidayati, and Rifqi Amrulloh. "Pengaruh Celebrity Endorser Nagita Slavina Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow Pada Mahasiswa Stie Pancasetia Banjarmasin." *Media Mahardhika* 21.1 (2022): 1-11.
- Oktarini, R. (2022). *Buku Ajar Strategi Pemasaran*. Cipta Media Nusantara.
- Pengguna, G. Z., Di, T., Andriyanti, E., & Farida, S. N. (2022). *Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate , Kualitas Produk , Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada*. 11(2), 228–241.
- Praestuti, C. (2020). Marketing mix terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 21-24.
- Pratama, Rudy, Et Al. Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologis Dan Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Berlabel Halal Pada Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Tulungagung. 2019.
- Pratama, Dimas Agung. "Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi resiko terhadap niat beli pelanggan melalui sikap pelanggan sebagai mediasi pada tokopedia. com." *Agora* 8.1 (2020).
- Putri, S. C., & Nofri, O. (2023). *Pemasaran Sosial Media Dan Ulasan Online Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Generasi Z*. 4(1), 1–14.
- Putri Siti, and Golan Hasan. "The Effect of Korean Celebrities as Brand Ambassadors on Cosmetic Products Customer's Purchase Intention in Batam City." *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis* 10.2 (2022): 211-222.
- Putri, M., & Mayasari, M. (2022). Pengaruh Gamifikasi Terhadap Niat Membeli Kembali Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 10(2), 90-99.
- Rahma, Hilda Maulidia, and Afi Rachmat Slamet. "Pengaruh Online Customer Review, Celebrity Endorser, Dan Brand Image Terhadap Keputusan

- Pembelian Skincare Ms Glow (Studi Kasus Pada Pelanggan Ms Glow Aesthetic Clinic Malang)." *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen* 10.11 (2021).
- Rahayu, D. S., Wisnu, S., & Alam, W. Y. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador dan Digital Advertising terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening pada Produk Skincare Ms Glow (Studi Kasus Terhadap Konsumen Ms Glow di Eryke Store)*. 4(2), 17–28.
- Rahmawati, Rina, (2022) and Sherly Hesti Erawati. "The Effect of Celebrity Endorsement on Buying Interest Through Brand Image." *Iconic Research and Engineering Journals* 6.1 (2022): 144-149.
- Sari, M. R., & Lestari, R. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Minat Pembelian Ulang Konsumen Keretaapi Kelas Eksekutif Argo Parahyangan. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 15(1).
- Saputri, Ary Dewi, and Agung Guritno. "The Effect of Product Quality, Brand Image, and Halal Labeling on Purchase Decisions with Purchase Intentions as Intervening Variables." *Annual International Conference on Islamic Economics and Business (AICIEB)*. Vol. 1. 2021.
- Schmidl, S. R., Ekness, F., Sofjan, K., Daeffler, K. N. M., Brink, K. R., Landry, B. P., ... & Tabor, J. J. (2019). Rewiring bacterial two-component systems by modular DNA-binding domain swapping. *Nature Chemical Biology*, 15(7), 690-698.
- Sherly, N., & Supriatna, Y. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek , Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk MS Glow Influence Of Product Quality , Brand Image , And Celebrity Endoser Forinterest In Buying MS Glow Pproducts*. 2(September), 57–63. <https://doi.org/10.30656/jika.v2i2.6035>
- Studi, P., Komunikasi, I., Sosial, F. I., & Yogyakarta, U. N. (2018). *Pengaruh Penggunaan Testimoni Pembeli Tethadap Tingkat Brand Trust Pada Pembeli Online (Survei Terhadap Pembeli Online Shop Shopee pada Mahasiswa di Kecamatan Depok) The Effect Of The Use Of Buyer Testimonies On Trust Brand*. 184–191.

Yusuf, A. M., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2023). *Subscribe Package Purchase Decision (Study On Generation Z District Karawang) Pengaruh Pemasaran Digital Dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Paket Berlangganan Netflix (Studi Pada Generasi Z Kabupaten Karawang)*. 4(5), 5839–5853.