

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, N. (2020). *Effect of Product Quality, Prices, and Places on Purchase Decisions (Case Study of Consumers Ikhtiar Meatballs Tofu Cikarang Region)*. Journal of Reseach in Business, Economics, and Education, 2(1), 391-398.
- Afiriyo Rivaldi Saputra dan Hendra Setiawan. (2022). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang di Doremie Madiun dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening*. SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi, e-ISSN: 2686-1771.
- Agustin Nurul dan Amron. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Skincare pada Tiktok Shop*. Kinerja Jurnal Ekonomi Bisnis, Vol. 5, No. 1, 49-61.
- Ajeng Nada Nabilah dan Nova Anggrainie. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Brand Awareness, Brand Image, dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening*. Journal of Management, Vol. 5 Issue. 3, Pages 728-736, e-ISSN: 2614-851X.
- Ajzen, Icek. (1985). *From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior*. Verlag Berlin Heidelberg: Springer.
- Alimbudiono, Lia Sandra. (2020). *Konsep Pengetahuan Akuntansi Manajemen Lingkungan*. Surabaya: CV Jakad Media Publishing.
- Andi, Suyono, Hafis, A. P., dan Hendri. (2020). *The Effect of Celebrity Endorser, Product Quality, and Product Design on Pelita Indonesia Student's Buying Interest of Asus Smartphone*. Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen, 8(1), 23-26.
- Apriliani, Rini. (2019). *Cantik dan Inspiratif, Sederet Artis ini Didaulat jadi Brand Ambassador Wardah*. Diakses pada 1 Maret 2023, dari <https://www.beautynesia.id/life/cantik-dan-inspiratif-sederet-artis-ini-didaulat-jadi-brand-ambassador-wardah/b-113724>.
- Arief Adi Satria. (2017). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36*. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Vol. 2 No. 1, e-ISSN: 2527-4635.
- Asido Hermanto, Lumban Gaol, Hares Kumar, dan Hendra Jonathan. (2021). *Pengaruh Minat Beli, Karakteristik Produk, dan Penilaian Konsumen terhadap Pembelian Produk Selama Pandemi Covid-19 pada Pengguna*

Aplikasi Online di Kota Medan. Jurnal AKMAMI: Jurnal Akuntansi Manajemen Ekonomi, 2(2), 350-256, e-ISSN: 2723-665X.

Aura Manik dan Sugijanto. (2022). *Pengaruh Budaya, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Kuota Internet di Konter Bima Cell Sidoarjo. Journal of Sustainability Business Research*, Vol. 3 No. 1, e-ISSN: 2746-8608.

Ayu Pramita, Hapzi Ali, dan Fransiskus Dwikoco. (2022). *Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, dan Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian.*

Badan Pusat Statistik. (2020). *Analisis Hasil Survei Dampak Covid-19 terhadap Pelaku Usaha #2*. Jakarta: BPS RI.

Caesar, M. R. A, dan Sukresna, I. M. (2017). *Studi Perilaku Mahasiswa dalam Pola Pengambilan Keputusan Penggunaan Jasa Bimbingan Belajar (Studi pada Jasa Bimbingan Belajar Mahasiswa Buka Buku dengan Pendekatan Studi Kasus)*. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 1-13.

Compas. (2022). 10 *Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace*. Diakses pada 14 Februari 2023, dari <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris>.

Dadang Suhardi dan Rika. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Konsumen. Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 53-62, e-ISSN: 2579-9401, p-ISSN: 2579-9312.

Dadang Suhardi, Rika Irmayanti. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Konsumen. Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 53-62.

Daniel Reven dan Augusty Ferdinand. (2017). *Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga kompetitif, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. Diponegoro Journal of Management*, 6(3), e-ISSN: 2337-3792.

Dede Solihin. (2020). *Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Online Shop Mikaylaku dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening. Jurnal Mandiri*, 4(1), 38-51.

Dhaefina, Z., AR, M. N., Pirmansyah, P., & Sanjaya, V. F. (2021). *Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image, dan Testimoni terhadap Minat Beli Konsumen Produk Mie Instan Lemonilo pada Media Sosial Instagram. Jurnal Manajemen*, 1(1), 43-48.

Direktorat Pengawasan Kosmetik. (2021). *Laporan Tahunan Tahun 2020*. Jakarta: Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) RI.

- Eka Andriyanti dan Siti Ning Farida. (2022). *Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi pada Generasi Z Pengguna Tiktok Sidoarjo)*. Jurnal Ilmiah STIE Multi Data Palembang, 11(2), 228-241.
- Erdalina, Wahyu. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Televisi terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Citra Hand and Body Lotion di Pariaman*. Jurnal Menara Ilmu, 12(9), 155-164.
- Fanani Bachtiyar. (2016). *Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Produk Smartphone Samsung (Studi Kasus pada Konsumen Samsung Galaxy S6 di Kota Malang)*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya, 4(1).
- Fauziah Septiani. (2017). *Pengaruh Harga terhadap Minat Beli (Studi Kasus pada PT Asuransi Jiwa Recapital di Jakarta)*. Jurnal Mandiri, 1(2), 274-288, e-ISSN: 2580-3220, p-ISSN: 2580-4588.
- Fitriah, Maria. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Yogyakarta: Deepublish.
- Frontier. (2022). *Top Brand Award*. Diakses pada 1 Maret 2023, dari <https://www.topbrand-award.com>.
- Hartati, Bella. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli Produk Cosmetics Jafra pada PT Jafra Cosmetics Indonesia*. Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu), 10(1), 123-137.
- Hartono, B. D. (2020). *Inovasi Bisnis di Era Industri 4.0*. Laporan Kolaborasi Seminar dan Industri, Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.
- Herlina M, Mulik Afiani, dan Shiandigo Vhegi. (2021). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Usaha Sweetin*. Inovasi Manajemen dan Kebijakan Publik, 4(1), e-ISSN: 2621-2234, p-ISSN: 2620-6684.
- Herstayani, A.D., dan Astuti, S.R.T. (2017). *Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Daya Tarik, Iklan, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen yang Menggunakan Masker Wajah Mustika Ratu di Kota Semarang)*. Diponegoro Journal of Management, 6(2), 1-11, e-ISSN: 2337-3792.

- Heru, N, Heru, K., dan Lalu, S. (2022). *Pengaruh Harga, Iklan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Honda Scoopy di Yogyakarta*. Hospitality, 11(1), 515-526.
- Hilmawan, Ipan. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Sepeda Motor Vario di Kota Serang)*. Jurnal Elektronik REKAMAN: Riset Ekonomi Bidang Manajemen dan Akuntansi, 3(3), 154-166.
- Himmah, A. R. (2021). *Pengaruh Citra Merek dan Electronic Word of Mouth (e-WOM) terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Pixy di Kota Semarang)*. Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang.
- Hutri, E. D. dan Yuliviona, R. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Pengguna Sepeda Motor di Kota Padang)*. Abstract of Undergraduate Research, Faculty of Economics, Bung Hatta University, 21(3).
- Indonesia. (2010). *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1175/MENKES/PER/VIII/2020 tentang Izin Produksi Kosmetika*. Menteri Kesehatan Republik Indonesia. Jakarta.
- Inggasari Maylita dan Hartati Retno. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorse, Brand Image, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlet Whitening*. Cakrawangsa Bisnis, 3(1), 1-22.
- Iroh Magfiroh dan Rufial. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Celebrity Endorsement terhadap Keputusan Pembelian Skincare (Produk Serum) di PT. AVO Innovation Technology (Avoskin)*. Jurnal Ikraith-Ekonomika, 5(3), e-ISSN: 2654-4946, p-ISSN: 2654-7538.
- Kartika Putri dan Dwiyanto Pamungkas. (2022). *Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda (Studi pada Dealer Astra Motor Sumbwa Besar)*. Jurnal Riset dan Kajian Manajemen, 2(1), 141-149, e-ISSN: 2807-5900.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. United States: Prentice Hall.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. United Kingdom: Pearson.
- Kotler, P., Armstrong, G., and Opresnik, M. O. (2018). *Principles of Marketing, 17th Edition*. Harlow: Pearson.
- Kumba, Lestari Rahayu, dan Safrina Deva. (2017). *Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen melalui Brand Image Produk Kecantikan di Aplikasi Sociolla*. Jurnal Ilmiah Indonesia, 7(3), 2932-2947, p-ISSN: 2541-0849, e-ISSN: 2548-1389.
- Kurniawan, Gogi. (2020). *Pengaruh Celebgram dan Brand Image terhadap Minat Beli Konsumen secara Online pada Media Sosial Instagram Produk Erha Klinik di Surabaya*. Jurnal MEBIS (Manajemen dan Bisnis), 5(1), 39-47.
- Leni Kurnia, Ratih Tresnati, dan M. Malik Akbar. (2019). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Survei pada Online Store DOA by Dewi Sandra)*. Prosding Manajemen, 5(2), e-ISSN: 2460-6545.
- Literature Review Manajemen Pemasaran, Vol. 2 Issues. 2, e-ISSN: 2716-375X, p-ISSN: 2716-3768.
- Louis dan Mustikasari Dewi. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Calon Konsumen Cucu*. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, 4(3), 360-371.
- Lubalu Adolf dan Alfiani Suci. (2021). *Pengaruh Persepsi Harga dan Reputasi Perusahaan terhadap Minat Beli pada Produk Internet Indihome di Kota Poso*. Jurnal Ilmiah Ekomen, 21(2), 25-38.
- Makmun, Nana. (2022). *Industri Kecantikan Tumbuh Pesat Berkat Platform Digital*. Diakses pada 1 Februari 2023, dari <https://investor.id/business/309488/industri-kecantikan-tumbuh-pesat-berkat-platform-digital>.
- Manuntung, Alfeus. (2018). *Terapi Perilaku Kognitif pada Pasien Hipertensi*. Malang: Wineka Media.
- Monica. (2021). *Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Produk Scarlett*. Jurnal Manajemen Ekonomi, 5 (2), 35-46.
- Niken Puspita Sari, Tri Sudarwanto. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Minat Beli Konsumen Skincare MS Glow (Studi pada Konsumen MS Glow di Jawa Timur)*. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, 1(2), 25-40, p-ISSN: 2809-1655, e-ISSN: 2809-1981.

- Pahlevi, Reza. (2022). *Survei: Mayoritas Publik Belanja Kosmetik di e-Commerce*. Diakses pada 1 Februari 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/02/survei-mayoritas-publik-belanja-kosmetik-di-e-commerce>.
- Pardede, R. dan Haryadi, T. Y. (2017). *Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen yang Dimediasi Kepuasan Konsumen*. *Journal of Business & Applied Management*, 10(1), 55-79.
- Pardede, R. dan Haryadi, T. Y. (2017). *Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen yang Dimediasi Kepuasan Konsumen*. *Journal of Business & Applied Management*, 10(1), 55-79.
- Pertiwi, N. R., Supeni, R. E., dan Hermawan, H. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Empiris pada Konsumen Produk Scarlett Whitening di Kota Jember)*. *FORKAMMA: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2(1), 62-72.
- Powa, G. A., Lapian, S. L. H. V. J., dan Wenas, R. S. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen Handphone pada Mahasiswa FEB Unsrat*. *Jurnal EMBA*, 6(3), 1188-1197.
- Primadani, R. D., Purwanto, H. dan Sari, S. L. (2021). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Konsumen Bintang Toedjoe Masuk Angin di Madiun)*. *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi 3, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun*.
- Putri Varamita dan Bambang. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Tahu Gejrot Mitoha Galak*. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research (FJMR)*, 1(3), 853-850, e-ISSN: 2829-8896.
- Putri, R. M. dan Istiyanto, B. (2021). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus pada Perempuan di Surakarta)*. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 4(2), 78-88.
- Sakinah, N. dan Firmansyah, F. (2021). *Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening*. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 22(2), 192-202.

- Saputra, H., Muhazirin, B., dan Panjaitan, H. P. (2021). *The Effect of Brand Image, Product Quality, Quality of Service, Price Perception and Place on Consumer Buying Interest in Sido Kangen Bakso Pekabaru*. LUCRUM: Jurnal Bisnis Terapan, 1(1), 48-61.
- Sudirjo, F., Putranti, H. R. D, & Sulistiyani. (2020). *The Role of Product Attributes, Brand Image, and Celebrity Endorser on Purchase Decision and Their Effects on Consumer Satisfaction on Homypad Shoes Product in Yogyakarta*. International Journal of Advanced Science and Technology, 29(6), 4888-4898.
- Teguh, K. R. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorsement dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Minyak Goreng Kedelai Misoya di PT Sari Sarana Kimiatama melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening pada Masa Pandemi Covid-19*. JUBIS, 3(1), 92-111.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran (Edisi 4)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- TribunManado.co.id. (2022). *Dua Pekan Jelang Kedatangan Song Joong Ki di Indonesia, Ini Awal Mula Jadi Star Ambassador Scarlett*. Diakses pada 16 Februari 2023, dari <https://www.msn.com/id-id/berita/other/dua-pekan-jelang-kedatangan-song-joong-ki-di-indonesia-ini-awal-mula-jadi-star-ambassador-scarlett/ar-AA13ZSYg>.
- Trisnawati, N., Riefianti, R. dan Amdani. (2023). *Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Scarlett Whitening*. Jurnal Ikraith-Ekonomika, 6(1), 170-179.
- Wahyudianto Zaki. (2017). *Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Butuh Baju.com*. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, 5(4), 311-319.
- Wasitaningrum, T. dan Cahya, H. N. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Produk Scarlett Whitening*. JEKOBIS: Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 1(1), 58-70.
- Wibawaningsih, Gati. (2020). *Dampak Pandemi, Transaksi Belanja Online Produk Kosmetik Naik 80%*. Diakses pada 31 Januari 2023, dari <https://kemenperin.go.id/artikel/22137/Dampak-Pandemi,-Transaksi-Belanja-Online-Produk-Kosmetik-Naik-80>.
- Widiastuti, Okta. (2017). *Hubungan antara Persepsi terhadap Kualitas Produk dengan Minat Beli Bedak Muka Sariayu pada Mahasiswi di Universitas Mercu Buana Yogyakarta*. Skripsi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

Widiastuti, Okta. (2017). *Hubungan antara Persepsi terhadap Kualitas Produk dengan Minat Beli Bedak Muka Sariayu pada Mahasiswi di Universitas Mercu Buana Yogyakarta*. Skripsi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Widyarani, Nilan. (2009). *Psikologi Populer: Kunci Pengembangan Diri*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Yulianti, F., Lamsah, dan Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Banjarmasin: Deepublish.

Yulianti, N. M. D. R., Oktaviani, P. N., Yoga, I. M. S., Wisudawati, N. N. S., dan Sari, P. R. J. (2021). *Perilaku Pembelian Kosmetik secara Online Selama Pandemi*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 4(2), 420-437.

