

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Quran dan Terjemahnya. (2022). Jakarta: Departemen Agama RI.
- Annisa, A. N. C., & Oktafani, F. (2020). Pengaruh Promosi Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Di Shopee. *EProceedings of Management*, 8(3), 15–75.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. (Cetakan Pe). Surabaya: Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Program SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F. J. et al. (2010). *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. Pearson Edition.
- Kotler, P., & Keller, K. . (2016). *Marketing Management Edition Pearson*.
- Lia, A., Ibdalsyah, & Hakiem, H. (2022). Pengaruh Persepsi Konsumen, Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Skincare SR12. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis*, 5, 76.
- Marisa, O., & Rowena, J. (2019). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Pada Produk High End Make Up and Skin Care Pada Generasi Millennial Jakarta. *Maret*, 7(2), 11–75.
- Martania, D. (2020). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Piegon Teens Skin Care*. 2(5), 13–75.
- Maulidia, A., Ep, A., & Prabawani, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Mustika Ratu (Studi Pada Konsumen Mustika Ratu di Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, X(I), 13–75.
- Melyani. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Distriversa Buana. *Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16.

- Nandasari, V. A., & Suyanto, A. (2021). Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea melalui Beauty Vlogger. *E-Proceeding of Management*, 8(6), 12–75.
- Novianti, T. A. (2020). Pengaruh celebrity endorser dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 16–75.
- Priyatno, D. (2008). *Mandiri Belajar SPSS - Bagi Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta: MediaKom.
- Putri, F. A. P., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik di Aplikasi Soco. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 4(2), 15–75.
- 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)*, 8, 16–75.
- Rosita, D., & Novitanigtyas, I. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pixy Di Karawang. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 12–75.
- Sabdosih, Z. (2013). Pengaruh Variabel Celebrity Endorser Terhadap Citra Merek Loreal. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1 (2).
- Sangadji, E. ., & Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Santoso, S. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Shimp, T. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan Dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Simamora, H. (2012). *Manajemen Pemasaran Internasional, Cetakan Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.

- Siregar. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis* (Cetakan ke). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Susi Susanti, & Sutama Wisnu Dyatmika. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser dan Iklan Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi kasus pada Follower instagram Wardah Beauty). *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1), 16–75.
- Suyanto, S. (2011). *Analisis Regresi Untuk Uji Hipotesis*. Yogyakarta.
- Veronica, S. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Larissa Aesthetic Center Online*.
- Zeithaml, V.A., M.j. Bitner, D. D. G. (2013). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*. Mc. Graw-Hill.
- Zuraidah, & Putri, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skin Care. *Journal of Islamic Economic Development*, 4, 13–75.
- <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris>
- <https://databoks.katadata.co.id>
- <https://quran.kemenag.go.id>
- [https://shopee.co.id/scarlett whitening](https://shopee.co.id/scarlett_whitening)
- <https://tafsirq.com>