

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. R. R., Handra, T., & Annas, M. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan Periklanan Terhadap *Brand Image* (Peran Digital Marketing). *Technomedia Journal*, 7(2 October), 189-201.
- Allos, M. M., & Hussein, A. A. (2015). Optimum conditions for laccase production by local isolate of *Bacillus Cereus* B5. *Al-Nahrain Journal of Science*, 18(2), 133-140.
- Anis, 2015. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap International Brand Image serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Universitas Brawijaya.
- Ardiansyah, Prama Wildan, and Sengguruh Nilowardono. 2019. "The Influence of Brand Image, Product Innovation and Social Media Marketing on Samsung Smartphone's Buying Interest: Case Study on Narotama University Students." *IJEED (International Journal Of Entrepreneurship And Business Development)* 2 (2): 210–17. <https://doi.org/10.29138/ijebd.v2i2.769>.
- Aryanti, A. S. 2019. "Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Pada Kepuasan Pelanggan Klinik Kecantikan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan." *In e-Proceeding of Management*, , Pp. 131-138.
- Assauri, A. S. (2020). Pengaruh Kepuasan Kerja, Stres Kerja dan Kepemimpinan terhadap Turnover Intention Karyawan (Studi Kasus pada UMKM Pengusaha Jenang Karomah Kudus) (*Doctoral dissertation*, IAIN KUDUS).
- Brilliany, E., & Nomleni, A. P. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Scarlett: The Effect Of Celebrity Endorser, Brand Image And Brand Trust On Consumer Purchase Intention Of Scarlett Products. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 72-77.
- Bulan, S. I. S., & Sudrajat, R. H. (2019). Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Arief Muhammad Di Instagram Terhadap Brand Image Erigo Store. *Jurnal Sosial Politik*, 5(2), 322.
- Cahayani, C. O., & Sutar, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Brand Image Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Aldo Shoes. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(2), 208-222.

- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. *Modern methods for business research*, 295(2), 295-336.
- Darmawan, M. D., & Iriani, S. S. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Kopi Caffino Melalui Sikap Terhadap Merek. *Jurnal Ilmu Manajemen* Volume 9 Nomor 2 , 374-385.
- Dobni, D. & Zinkhan, George M. 1990. In Search of Brand Image: A Foundation Analysis. In: *Advances in Consumer Research* (Eds.) Goldberg, Marvin E., Gorn, Gerald J. & Pollay, Richard W. Provo, UT. *Association for Consumer Research*. 17, pp. 110-119.
- Feny, W. R., & Sutedjo, B. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Skincare Ms Glow Beautyhome Di Demak). *Seiko: Journal Of Management & Business*, 5(1), 168-181.
- Firmansyah, A. and Fatihudin, D. (2018) *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Cetakan Pe. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Hair Jr & Risher, J., J. F. (2017). The robustness of PLS across disciplines. *Academy of Business Journal*, 1, 47-55.
- Hakim, L. N. (2021). Effect Of Product Quality And Service Quality On Customer Loyalty With Customer Satisfaction As An Intervenning Variables (Case Study On The Tirta Jasa Lampung Selatan Regional Company (Pdam)). *Economit Journal: Scientific Journal Of Accountancy, Management And Finance*, 1(1), 48-56.
- Hakimi, Bardia Yousef, Abed Abedniya dan Majid Nokhbeh Zaeim. (2011). Investigate the Impact of Celebrity Endorsement on Brand Image. *European Journal of Scientific Research*, Vol.58.
- Handayani, F., Bawono, A., & Viktor, V. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Brand Image Produk Roti Bredtalk Di Jakarta. *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 4(1).
- Herlambang, S. (2014). *Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran): Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*. Yogyakarta: Tri-Al-Bros Publishing.

- Indra, I. G. N. B. H., Setiadi, M., & Ekawati, N. W. (2019). Brand Image Memediasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Di Kota Denpasar (*Doctoral Dissertation*, Udayana University).
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2015). *Holistic marketing: a broad, integrated perspective to marketing management*. In *Does marketing need reform?: Fresh perspectives on the future* (pp. 308-313). Routledge.
- Kertajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kertamukti, R. (2015). Instagram dan pembentukan citra (Studi kualitatif komunikasi visual dalam pembentukan personal karakter account instagram@ basukibtp). *Jurnal Komunikasi Profetik*, 8(1), 57-66.
- Kotler and Keller. (2012). *Marketing Management*, Edisi 14 Global Edition Perarson Prentice Hall
- Kotler dan Keller. (2016). *Marketing Manajemen*, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc
- Kotler, H., Howard, M. B., McCollum, N., Alberto, E. C., Mottla, M. E., Tiusaba, L., ... & O'Connell, K. J. (2021). Association of ventilation during initial trauma resuscitation for traumatic brain injury and post-traumatic outcomes: a systematic review. *Prehospital and disaster medicine*, 36(4), 460-465.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2011). *Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_. (2012). *Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Keller, K. L., Koshy, A., & Jha, M. (2013). *Marketing management: a South Asian perspectives*. Pearson.
- Kotler, Philip dan Armstrong. (2007). *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan, Cetakan Kedua, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- Kusdayanti, P. A., & Nugroho, R. H. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Melalui Brand Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Scarlett Whitening Di Surabaya). *Management Studies And Entrepreneurship Journal (Msej)*, 4(4), 3143-3151.

- Laraswanti, N. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust Dan Variety Of Selection Terhadap Minat Beli Body Lotion Scarlett Whitening (*Doctoral Dissertation*, Universitas Putra Bangsa).
- Mardiayanti, M., & Andriana, A. N. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Serta Review Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(3), 1091-1109.
- Mardikaningsih, R. & D. Darmawan. 2020. *Sistem Pengendalian Mutu*, Metromedia.
- Marini, Y. C., & Lestariningsih, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Celebrity Endorser Msglow. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 11(6).
- Musyaffi, A. M., Khairunnisa, H., & Respati, D. K. (2022). *Konsep Dasar Structural Equation Model-Partial Least Square (Sem-Pls) Menggunakan Smartpls*. Pascal Books.
- Nainggolan, F., Anggraini, R., Kho, K., Ariyanto, H. H., & Hasan, G. (2023). Perancangan Strategi Re-Branding Sebagai Upaya Peningkatan Brand Image Mamah Factory Melalui Pemasaran Digital. Social Engagement: *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 37-45.
- Nasution. 2005. *Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Nur, K., & Rahmidani, R. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Iklan Vidio Terhadap Brand Image Produk Pembersih Wajah Garnier Pada Mahasiswi Universitas Negeri Padang. *Jurnal Ecogen*, 3(2), 319-331.
- Nurhalim, A. D. (2020). Pengaruh Brand Image Gojek Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Efek Covid-19 Konsumen Karawaci Tegal Baru Tangerang). *Jurnal Bina Manajemen*, 9(1), 17-29.
- Philip Kotler, dan Gery Armstrong. 2007. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Pracista, N. M., & Rahanatha, G. B. (2014). Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser , Daya Tarik Iklan , Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Ekuitas Merek ( Brand Equity ) Dari Produk Sampo L ' Oreal Pada Konsumen Perempuan. *E-Journal Manajemen Universitas Udayana*, 3(7), 1870–1885.

- Pratiwi, C. S., & Sidi, A. P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Body Whitening. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 18(1), 192-204.
- Prawirosentono, Suyadi. 2002. *Manajemen Operasi, Analisis dan Studi Kasus*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Putra, I. G. W. S. C. (2021). Evaluasi Pengaruh Product Quality, Product Innovation Dan Marketing Promotion Terhadap Brand Image Ikea. *Digismantech (Jurnal Program Studi Bisnis Digital)*, 1(1).
- Rosalina, I. F., & Putri, D. D. E. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Hasyakyla Utami Terhadap Brand Image Produk Emina Cosmetics. *Esensi: Jurnal Manajemen Bisnis*, 25(3), 223-232.
- Rosnaini Daga. 2017. *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Makassar; Global-RCI.
- 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. *Jurnal Bina Manajemen*, 7(2), 161-170.
- Saleh, 2018. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Vans. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Schiffman, L. G., & Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen*. (Edisi Ketujuh ed.). Jakarta: PT. Indeks.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business*. Seventh edition.
- \_\_\_\_\_. (2018). *Research methods for business: A skill building approach*. John wiley & sons.
- Setiadi & Ekawati, 2019. *Brand Image memediasi Kalitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone*. Denpasar.
- Shimp, S., & Terence, T. (2014). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabet.
- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2013). *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications*. Mason: South-Western Cengage Learning.

- Subastian, D. V., Palupi, D. A. R., Firsya, E., & Sanjaya, V. F. 2021. “Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Celebrity Endorser Raffi Ahmad Terhadap Minat Beli Produk Skincare MS. Glow.” *Jurnal Manajemen Bisnis Islam* 2(1):1–10.
- Sudirjo, F., H. Ratnawati, dan D. Putranti. 2020. *The Role of Product Attributes, Brand image, and Celebrity Endorser on Purchase Decision and Their Effects on Consumer Satisfaction*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_. (2019). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta
- Suhardi, D., & Irmayanti, R. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 53.
- Sukma, K. A. D. S. K., Dan I K. Nurcahya. 2016. Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah Men’s Biore. *E- Jurnal Manajemen Unud*, P.4016–4043
- Takaya, R. 2019. The Effect of Celebrity Endorsment on Brand Image and Trust Brand and It’S Impact To Purchaseintention Case Study: Oppo Smartphone. *Bussines and Entrepreneurial Review*, p.183.
- Then, N., & Johan, S. (2021). Effect Of Product Quality, Brand Image, And Brand Trust On Purchase Intention Of Sk-li Skincare Products Brand In Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(5), 530-535.
- Thimothy, S. (2016). *Why Brand Image Matters More Than You Think*. Retrieved April 02, 2017
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2001 Pasal 1 Ayat 1 tentang “Merek”, (Jakarta).
- Vandiah, H. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Skincare Scarlett (Studi Kasus Mahasiswa Stei 2018 Yang Berbelanja Di E-Commerce) (*Doctoral Dissertation*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).

- Wasitaningrum, T., & Cahya, H. N. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 58-70.
- Wijaya, Toni. 2018. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta : Indeks.
- Wulandari. 2015. "Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampo Di Kota Denpasar." *E-Jurnal Manajemen Unud*. 2015, 3909-3935.
- Zakiya Sabdosih. (2013). Pengaruh Variabel Celebrity Endorser terhadap Citra Merek Citra Merek L'oreal Paris Total Repair di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* Vol 1, Malang.
- Zap Beauty Index, (2023). Fortune. Diakses 28 Oktober 2023, Dari : <https://www.insertlive.com/lifestyle/20230124214806-19-301468/survei-ungkap-hal-yang-paling-bikin-wanita-indonesia-insecure-apa-itu/amp>