

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Manap. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Ahmad, Hilal. (2023). *Penjualan Skincare Scarlett Capai 1M Setelah Gandeng Boy Band EXO*. Bisnisbanten.com. <https://bisnisbanten.com/penjualan-skincare-scarlett-capai-1m-setelah-gandeng-boyband-exo/>. (diakses pada 14 Oktober 2023).
- Andarias, Sheliani, Un Dini Imran, dan Ali Murdhani Ngandoh. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Di Kota Makassar*. Makassar: Jurnal Manajemen dan Akuntansi. <https://www.fimela.com/amp/5059290>.
- Anggreni, Gabriela Ayu, dan Febrina Hambalah. (2022). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening*. Jurnal Aplikasi Adminisrrasi, Vol. 25, No. 2.
- Auriel, Titana, dan Sri Yanthy Yosepha. (2022). *Pengaruh Brand Image Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Konsumen Jabodetabek*. Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali.
- Azwar, Nanda Windi Ani, dan Tauhidta Arla Putri, A. (2022). *Pengaruh Digital Marketing, Inovasi, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian*. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(3), 1383–1395. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i3.1751>.
- Deviyanti, Fitriani Latief, dan Nurhaeda Z. (2023). *Pengaruh Label Halal, Harga Dan Keputusan Pembelian Brand Kosmetik Wardah Di Citra Kosmetik Sungguminasa*. Jurnal Manajemen dan Akuntansi.
- Djaya, Ashad Kusuma. (2007). *Natural Beauty Inner Beauty*. Yogyakarta: Kreasi Rencana.
- Fakhrudin, Arif, Kifni Yudianto, dan You She Melly A.D. (2021). *Word of mouth marketing berpengaruh terhadap keputusan kuliah*. Forum Ekonomi. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMENOMI>.
- Febrianti, Dwi. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Body Lotion Scarlett Whitening (Studi Pada Mahasiswa Universitas Putra Bangsa Kebumen)*. Kebumen.

- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Handoko, T. Hani. (2002). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Edisi II. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Indrawani, dan Irma Mardian. (2023). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Di Kota Bima* Indrawani Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima. 1(4), 401–421. <https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v1i4.848>.
- Inggasari, dan Retno Hartati. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening*. Cakrawangsa Bisnis. <http://journal.stimykpn.ac.id/index/php/cb>.
- Joan, Valeria. (2022). *Produk Kecantikan Tembus Transaksi Rp. 210 Miliar, Brand Lokal Terfavorit*. Kompas.co.id. <https://kompas.co.id/article/penjualan-produk-kecantikan/> (di akses pada 11 Oktober 2023).
- Kotler, Philip & Amstrong. (2003). *"Manajemen Pemasaran"*. Edisi Kesembilan. Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry. (2007). *Pemasaran Pengantar*. 8th edisi. Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler, Philip & Armstrong Garry. (2013). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing (12nd ed)*. (B. Sabran, Trans). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Armstrong. (2015). *"Marketing an Introducting Pretiece Hall twelfth edition"*. England: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Armstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas*. PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13. Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Indeks. Jakarta.

- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran Edisi 1*. Ahli bahasa: Bob Sabran, MM. Jakarta: Erlangga.
- Marini, Yanna Christina, dan Marsudi Lestariningsih. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Celebrity Endorser MSGLOW*. Jurnal Ilmu dan Riser Manajemen, e-ISSN: 2461-0593.
- Maura, Syafa Meidyna, dan Maulana Syarif Hidayatullah. (2023). *Pengaruh Label Halal, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus: Remaja Generasi Z)*. Jurnal Bisnis Net, Volume: 6, No: 2.
- Nababan, Willy Medi Christian. (2023). *Pertumbuhan Industri Kecantikan Ditopang Impor Bahan Baku*. Kompas.id. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/> (diakses pada 11 Oktober 2023).
- Norfai. (2020). *Manajemen Data Menggunakan SPSS*. Kalimantan Selatan: Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjary.
- Novaldi, Muhammad, Arsa, dan Anzu Elvia Zahara. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada UMKM Pak Dj Oleh-oleh Khas Jambi)*. Jurnal Riser Ekonomi dan Akuntansi, Vol.1, No.1.
- Oentoro, Deliyanti. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- Pardede, Ratlan dan Tarcicius Yudi Haryadi. (2017). *Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Di Mediasi Kepuasan Konsumen*. Jakarta: Jurnal of Bussines & Applied Management.
- Peter dan Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Priansa, Donni Juni. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pasa Era Media Sosial*. Pustaka Setia.
- Priyanto, D. (2016). *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- R94. (2023). *Beauty Standard Belenggu Perempuan*. Pinter Politik. <https://www.pinterpolitik.com/pinter-ekbis/beauty-standard->

belengguperempuan/#::~text=Definisi%20Beauty%20standard%20itu%20merupakan,lainnya%20dan%20berubah%20seiring%20waktu (diakses pada 14 Oktober 2023).

- Rachman, Raniawati, dan Totok Wahyu Abadi. (2017). *Komunikasi Word Of Mouth Dan Keputusan Pembelian Batik Bangkalan*. Jurnal Aspikom.
- Rahmadhani, Farah. (2022). *Body Lotion Scarlett Whitening di Shopee dan Tokopedia! Ini 10 Top Brand Body Lotion Periode April-Juni 2022*. Kompas.co.id. <https://kompas.co.id/article/body-lotion-scarlett/> (diakses pada 11 Oktober 2023).
- Rukmana, Ivana Deva. (2022). *Jadi Favorit, ini 10 Top Brand Serum Terlaris 2022 di Shopee dan Tokopedia*. Kompas.co.id. <https://kompas.co.id/article/10-top-brand-serum-terlaris-2022-data-penjualan/> (diakses pada 15 Oktober 2023).
- Salma, Zahrah Firyal. (2022). *Varian Body Lotion Scarlett dan Manfaatnya untuk Kulit*. Lottemart.co.id. <https://lottemart.co.id/smartalog/inspirasi/varian-body-lotion-scarlett-dan-manfaatnya> (diakses pada 13 Oktober 2023).
- Sanditya, Rizka. (2019). *Hubungan Celebrity Endorser Dengan Keputusan Pembelian Produk Pakaian Pada Konsumen Secara Online di Media Sosial Instagram*. Psikoborneo. Vol 7, No 1, 2019:100-104/ISSN:2477-2666/EISSN:2477-2674.
- Saputri, Astabela, dan Habiburahman. (2023). *Pengaruh Citra Merek dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bakso Aci Mutia Di Bandar Lampung*. Bandar Lampung: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol.12, No.2, 2023 e-ISSN 2746-1297. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>.
- Schiffman dan Kanuk. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. INDEK.
- Sekaran, Uma. 1992. *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. John Willey & Sons, Inc., 2<sup>nd</sup> edition. New York.
- Sekaran, Uma. (2017). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba empat.
- Sekaran & Bougie. (2016). *Research Methods for Bussiness: A Skill Building Approach Seventh Edition*. United States of America: Wiley.
- Sekaran, Uma & Roger Bougie. (2017). *Metodologi penelitian untuk bisnis:pendekatan pengembangan-keahlian edisi 6 buku 2*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Shimp, Terence. 2010. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.

- Shimp, Terence. 2013. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Singarimbun, M dan Efendi. (1995). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: PT. pustaka LP3ES.
- Song, Guan. F., Chaipoopiratana, Sirion. (2010) *A study of Chinese advertising Practitioner's perspectives on the selection of celebrity endorsers*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (S. Y. Suryandari (ed.)). Alfabeta, Cv.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukandarrumidi. (2012). *Metodologi Penelitian*. Cetakan Keempat. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Sunyoto, Danang. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Cetakan ke-1. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Sunyoto, Danang. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Cetakan ke-2. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Sutama, I Nyoman, Sri Rahaya, dan Gusti Agung Try Widnyani. (2023). *Celebrity Endorser dan Brand Image Sebagai Determinan Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Di Sumbawa Besar*. Sumbawa Besar: Samalewa Jurnal Riset dan Kajian Manajemen, Vol.3, No.1.<http://e-journalppmunsa.ac.id/index.php/samalewa>Pp.113-123.
- Sutiani, Lia. (2022). *Top 10 Brand Serum Wajah Terlaris 2022 di E-Commerce; Scarlett Whitening Duduki Peringkat 1*. Compa.co.id. <https://compas.co.id/article/serum-wajah-terlaris-2022/> (di akses pada 11 Oktober 2023).

- Suwu, Gloria E.C, Johny A.F.Kalangi, dan Olivia Walangitan. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Meubel CV. Jorizco Putra Utama di Desa Leilem III* (Vol. 3, Issue 3).
- Taufiqah, Rifa, dan Oktora Yogi Sari. (2023). *Pengaruh Inovasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Lokal Produk Serum Scarlett Whitening*. Cakrawala – Repositori IMWI/Volume 6, Nomor 1, Februari 2023.
- Tjiptono, Fandy. (2010). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Wulandari, Anisa Suci, et al. (2023). *Pengaruh Desain Produk Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Le Minerale Di Solo Raya*. Academia Journal of Multidisciplinary Studies.
- Zilingo. (2022). *Kenali Tren Kecantikan yang Diprediksi Jadi Incaran di 2022*.