

DAFTAR PUSTAKA

- Hutagaol Ristauli Santi Rusman, Feby Aulia Safrin, 2022. Pengaruh Celebryti Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening. JOSR: Journal of Sosial Research, 1(7), 761-722.
- Untari Dewi, Dewi Endah Fajariana, 2018. Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik), Jurnal Sekretaris dan Manajemen, Volume 2 No.2.
- Batubara Maryam, Dkk. 2022. Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Scarlet Whitening: studi kasus pada mahasiswa Febi UIN Sumatera Utara. Vol.4, Jurnal Ekonomi, Kenangan dan Bisnis Syariah, No5.
- Dwi Nugroho Ilham, Siti Sarah. 2021. Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Busana Muslim Merek Maliqa). Vol.20, No.1, Jurnal Indonesia Membangun.
- Riyadh Risky Adam Muhammad, Dkk. 2022. Pengaruh Celebrity Endorser dan Periklanan Terhadap Brand Image (peran digital marketing), Vol.7 No.2. Technomedia Journal (TMJ).
- Habibah, Dkk. 2018. Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (studi pada perempuan muslim kota Bogor). Iqtishoduna Vol.7 No. 2.
- Rinawati Ayu Gusti, Dkk. 2021. Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Freshcare di Kota Denpasar. Vol 2 Nomor 1, Jurnal Emas.

- Inggasai Maylita Shanfi, Retno Hartati. 2022. Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. Vol.3, No 1. Cakrawangsa Bisnis.
- R Ramlawati, & Lusyana, E. 2020. Pengaruh Celebrity Endorser dan Citra Merek terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Wardah pada Mahasiswa HPMM Cabang Maiwa di Makassar. Jurnal Manajemen dan Organisasi Review (MANOR) Vol 2 NO 1, 65-74 .
- N Natsir, & Ernawati, S, 2020. Pengaruh Iklan , Kepercayaan merek dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen Pengguna Handphone OPPO di Kota Bima. Jurnal Ilmiah Manajemen Emor (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset) , Vol 4 No 1, 1-15.
- Kusdayanti Angginy Prithvi dan Rusdi Hidayat Nugroho. 2023. Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Melalui Brand Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Scarlet Whitening di Surabaya. Vol 4(4). Management Studies and Entrepreneurship Journal.
- Mellina Arisa. 2021. Analisis Pengaruh Celebrity Endorsement dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening.
- Sulistiowati Dian. 2022. Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Witening. Surakarta, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said.
- Trisyahputra Bentarro. 2018. Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian. Malang, Universitas Brawijaya.

- Prihartini Endah, dkk,2022. Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorse Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Toko Elzatta Majalengka.Co-Manajement Vol.4,No 3.
- Habibah, dkk, 2018.Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Perempuan Muslim di Kota Bogor. Iqtishoduna Vol.7 No. 2.
- Sari Puspita Niken dan 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, Volume 1, Nomor 2.
- Nugroho Dwi Ilhan dan Siti Sarah.2022.Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian (studi pada konsumen busana muslim merek maliQa). Vol 20, No 1. Jurnal Indonesia Membangun.
- Ramlawati dan Emy Lusyana.2020.Pengaruh Celebrity Endorsement dan Citra Merek terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Wardah pada Mahasiswa HPMM Cabang Maiwa di Makassar. Vol.2, Nomor 1. Jurnal Manajemen dan Organisasi Review (MANOR).
- Tambunan Aulia Sayyidatul dan Austin Alexander Parhusip.2023. Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Produk Skincare Ms Glow. Co-Creation : Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Bisnis. Vol 1 No 4.

- Agatha Cintya, dkk.2019. Pengaruh Brand image dan Electronic Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Oriflame di Manado. Jurnal EMBA, Vol.7 No.1.
- Alvionita Valensia, dkk.2018. Pengaruh Brand Image E-Cormmerce Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada Pelanggan Tokopedia.Vol.2,No.2.
- Audia Septiani Dinda, dkk, Pengaruh Celebrity Endoser Terhadap Minat Pembelian Produk AIDI.ID (Studi Pada Followers Intragram AIDI.ID.
- Romdhoni Haris Abdul dkk, 2022.Pengaruh Celebrity Endorser, Label Halal, dan Kualitas Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Pasta Gigi Halal Sasha Siwak Di Surakarta. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 8(02).
- Wirakanda Gumilang Gugun, ST,.MM, Apriyanti S. Pardosi.2020.Pengaruh Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Blibli.com), Vol.10, No.1, jurnal BIsnis dan Pemasaran.
- Maidiana, ALACRITY :Journal Of Education, Vol 1, Issue 2, Juni 2021, <https://scholar.google.com/scholar=populasi++dalam+penelitian+&btnG>
- Roflin Eddy, dkk.2021.Populasi, Sampel,Variabel (dalam penelitian kedokteran), ISBN : 978-623-6906-86-6.
- Meidatuzzahra Diah.2019. Penerapan Accidental Sampling Untuk Mengetahui Prevalensi Akseptor Kontrasepsi Suntikan Terhadap Siklus Menstruasi (studi kasus :Pukesmas Jembatan Kembar Kabupaten Lombok Barat), Avsina,Vol.13, No.1.

Wahyudi Wahyudi, Denok Sunarsih.2021. Manfaat Penerapan Manajemen Pengetahuan bagi Kinerja Dosen di Masa Pandemi Covid-19.Vol.7, No.2, JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia).

Fendya Talitha Wimona, Setya Chendra Wibawa.2018.Pengembangan Sistem Kuesioner Daring Dengan Metode Weight Product Untuk Mengetahui Kepuasan Pendidikan Komputer Pada LPK Cyber Computer.Vol. 03, Nomor. 01. Jurnal IT-EDU.

Kotler dan Keller (2003)

Shimp, Terence A. Periklanan promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu.2003 . Edisi 5 jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Ibid, 460

Kotler , Keller.Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13, Jakarta : Erlangga.

Jannah Miftahul Nilda .Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS, Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Darul Dakwah Wa-Irsyad (DDI) Kota Makassar, Indonesia.

Sugiono, dkk.2020. Uji Validitas dan Reabilitas alat ukur SG Posture Evaluation. Vol. 5, No.1.

Arsi Andi .Langkah-langkah Uji Validitas Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan SPSS. Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Darul Dakwah Wal-Irsyat (DDI) Kota Makassar, Indonesia.

Sugiyono.2010.Statistika Untuk Penelitian. Bandung : Alfabeta.

- Ghozali, imam. 2008. Model Persamaan Structural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS Ver.5.0”. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, hlm 13.
- Ghozali, Imam.2005.Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit Univetas Diponegoro, Semarang.
- Wasitaningrum Trisiska dan Handi Nur Cahya. 2022. Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image*, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Produk Scarlett Whitening. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.
- Dyah Risma Melani. 2022 “ Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening”. Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Yohana Devi Chofifah. 2022 “Pengaruh Brand Image, Harga Produk, dan Celebrity Endorsment Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Tahun 2018 IAIN Kudus). IAIN Kudus.