

## DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A., Samudra, J. P., Sherley, S., Veren, V., & Liang, W. (2021). Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 5(1), 15-28.
- Elvera., & Mico, S. (2021). Pengaruh Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi Online Grab di Kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi dan Keuangan*, 3(1), 29-43.
- Firdausya, C. P., & Oktini, D. R. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Go-Jek di Bandung). *Prosiding Manajemen*, 757-763.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Imb Spss 25*. Semarang: Undip.
- Islamiyah, D., Kurniati, R. R., & Krisdianto, D. (2020). Analisis Pengaruh Celerity Endorser Dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop. *JIAGABI*, 9(1), 94-102.
- Islamiyah, Z. (2019). Pengaruh Promosi Online dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Dhy Hijab Jombang. *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 1(2), 205-211.
- Jaelani, E. (2018). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Keputusan Pembelian Online pada Konsumen Produk “X” di Bandung. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi)*, 10(1), 1-8.
- Kusnanto, D., OKTAVIANY, R. A., & RAHMA, R. (2020). Pengaruh Trust Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang. *Jurnal Ecoment Global: Kajian Bisnis dan Manajemen*, 5(1), 40-47.
- Lismayani, L., Rachma, N., & Primanto, A. B. (2022). Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rubylicious Di Kota Malang (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen FEB Universitas Islam Malang Angkatan 2018-2020). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 11(17).
- Muslim, A. W. (2018). Pengaruh media sosial, E-service quality dan Harga terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh Gaya Hidup. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 6(2), 145-162.
- Ngesti, A. N. (2021). Pengaruh Harga dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over di Kota Yogyakarta. *Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi*, 18(1), 77-84.

- Pradika, N. D., & Setiawan, M. B. (2022). Pengaruh Celebrity Endorsement, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow (di Toko Asa Beauty Ms Glow Semarang. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(1), 861-871.
- Rahmawati, E. A., Qomariah, N., & Wibowo, Y. G. (2021). Impact of Celebrity Endorser, E-Service Quality, and E-Word Of Mouth on Product Purchasing Decisions at Online Shop BERAHAY. ID.
- Ramadhani, I., & Nadya, P. S. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Fesyen Muslim Hijup. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*, 1.
- Rosida, R., & Haryanti, I. (2020). Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Nithalian Collection Bima). *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 150-160.
- Rozi, I. F. (2017). Pengaruh e-service quality terhadap keputusan pembelian tiket kereta api online (Konsumen pembeli tiket kereta api online PT. KAIDAOP 8 Surabaya Gubeng). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 5(1).
- Saputro, A. A., Hidayati, N., & Rizal, M. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement, Testimoni, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Blibli. Com (Studi Pada Mahasiswa Feb Unisma Angkatan Tahun 2016). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(16).
- Setiadi, Y. W. (2021). Pengaruh marketing online dan e-service quality terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains*. Vol, 2(1).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Utami, A. T., & Ellyawati, J. (2021). Peran Citra Merek, Celebrity Endorser, Kualitas Produk Dalam Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 22(1), 140-150.
- Yulianingsih, A., & Oktafani, F. (2020). Pengaruh Brand Image dan E-Service Quality Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Tiket. com. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(2), 60-72.
- Databoks.katadata.co.id. (2022, 23 Maret). Ada 204,7 juta pengguna internet di Indonesia awal 2022. Diakses pada 10 September 2022, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>
- Scarlettwhitening.com. (2021, 11 April). Tentang produk scarlett. Diakses pada 27 Januari 2023, dari <https://scarlettwhitening.com/about-scarlett-whitening/>