

## DAFTAR PUSTAKA

- 10 Brand Skincare Lokal Terlaris di E-Commerce*. (2022). compass.co.id. Diakses pada 29 September 2023, dari <https://compas.co.id/article//brand-skincare-lokal-terlaris/>.
- Agustina, R., Hinggo, H. T., & Zaki, H. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, E-Wom, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1).
- Anjaswati, D. P., & Istiyanto, B. (2023). *Pengaruh Brand Trust, E-wom, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee di Solo Raya*. *The Effect of Brand Trust, E-wom, and Lifestyle on Purchase Decision Through The Shopee Application in Solo Raya*. 1(2), 51–61. <https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v1i2.259>
- Azarine Cosmetic*. (2023). azarinecosmetic.com. Diakses pada 29 September 2023, dari <https://azarinecosmetic.com/>.
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 63. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.162.392>
- Ghozali, I. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. UNDIP.
- Ikawati, K., Militina, T., & Achmad, G. N. (2021). The Effect of Celebrity Endorsers and Advertising Attractiveness on Brand Image and Purchase Decisions for Tokopedia Application Users in Samarinda. *Business and Accounting Research (IJEBA) Peer Reviewed-International Journal*, 5(2). <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBA>

- Inggasari, S. M., & Hartati, R. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Ckrawala Bisnis*, 3.
- Isfahami, M. M., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). Pengaruh Brand Trust dan Celebrity Endorse terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, 17, 2021. <http://ojs.pnb.ac.id/index.php/JBK>
- Katiandagho, N. J. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Harga, dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna TikTok Shop. In *Jurnal Manajemen Unsera* (Issue 9).
- Made, I., Bhisma, D., Putra, B., Gede, I., Kawiana, P., & Suartina, W. (2021). *Pengaruh Marketing Mix Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dupa* (Vol. 1, Issue 3).
- Maghfiroh, K. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Implikasinya Pada Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. In *Online) Business Management Analysis Journal (BMAJ)* (Vol. 2, Issue 2).
- Marlius, D., & Noveliza, K. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Converse Pada Toko Babee.Shopp Padang. *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 2(1).
- Martha, L., Maini, D., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Kbp, ". (2022). *Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Nmax Di Cv. Tjahaja Baru Surantih*. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i2>
- Maudya, A. (2022). *Analisis Pengaruh Celebrity Endorsement, Kualitas Produk Dan Packaging Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Produk Skincare Klarity)*. [www.jurnal.stiebi.ac.id](http://www.jurnal.stiebi.ac.id)
- Mefiandiini, I. N., Farida, E., & Athia, I. (2023). Pengaruh Brand Awereness, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Laptop Lenovo. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12, 1–10.

- Milano, A., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2021). "Florensia" Kota Sawahlunto Influence Of Product Quality, Price And Promotion On Decision Making Of Batik Clothes In "Florensia" Stores, Sawahlunto City. *JM*, 1, 13–24.
- Novianda Putri, E., Susanti, R., & Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta, P. (2022). MARKETPLACE SHOPEE. In *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* (Vol. 22, Issue 1).
- Nugroho, I. D., & Sarah, S. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Indonesia Membangun*, 20(1).
- Nurjamad, M. A., & Eriyani. (2023). The Influence of Celebrity Endorser and Product Quality on Purchasing Decisions for Scarlett Products (Case Study of Scarlett Product Customers in Cimahi City). *International Journal of Integrative Sciences*, 2(7), 1119–1140. <https://doi.org/10.55927/ijis.v2i7.5211>
- Peter, & Olson. (2018). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Penerbit Salemba Empat.
- Prabowo, R. E., Indriyaningrum, K., & Setyani, A. D. (2020). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olah Raga Merek Adidas. *Jurnal Solusi*.
- Pramezwarly, A., Winata, J., Tanesha, R., Armando, T., & Pariwisata, F. (2021). Brand Trust dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Covid-19. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 19(1). <https://doi.org/10.31294/jp.v17i2>
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Penerbit ALFABETA.
- Rahmawati, A. W., Udayana, I., Diansepti Maharani, B., Sarjanawiyata, U., & Yogyakarta, T. (2022). *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Online Customer Review Dan E-Trust Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee*. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v4i4.1055>

- Rahmawati, D. A., Kustiyah, E., & Marwati, F. S. (2023). *Keputusan Pembelian Ditinjau Dari Celebrity Endorser, Desain Dan Kualitas Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Le Minerale*. [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com),
- Reinout Adonis, M., Budi Rahayu Silintowe, Y., Ekonomika dan Bisnis, F., Kristen Satya Wacana, U., & Artikel, R. (2021). *Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Y* (Vol. 3, Issue 1).
- Riana Fatmaningrum, S., & Fadhilah, M. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea*. 4(1).
- Romadhona, D. N., Setya Marwati, F., & Studi Manajemen. (2023). *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v5i4.2054>
- Salsabila í, A., Maskur, A., & Stikubank Semarang, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan (Studi Pada Pelanggan Mie Gacoan di Kota Semarang). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 2021–2156. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1902>
- Sangadji, & Sopiah. (2013). *PERILAKU KONSUMEN. Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Penerbit ANDI.
- Sani, S. A., Batubara, M., Silalahi, P. R., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Scarlett Whitening. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1327–1342. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.931>
- Santoso, R., Erstiawan, M. S., & Kusworo, A. Y. (2020). Inovasi Produk, Kreatifitas Iklan Dan Brand Trust Mendorong Keputusan Pembelian. *JURNAL NUSANTARA APLIKASI MANAJEMEN BISNIS*, 5(2), 133–145. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v5i2.14369>

Sugiyono. (2022). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Penerbit Alfabeta.

T Kasiha, W. N., Lumanauw, B., Ch Raintung, M., Manajemen, J., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2023). The Effect Of Brand Experience, Affective Commitment, And Brand Trust On Brand Loyalty On Caf Ngopiyo Consumers In Manado. In *644 Jurnal EMBA* (Vol. 11, Issue 3).

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Penerbit ANDI.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik Edisi 3*. Penerbit ANDI.

Utami, A. T., & Ellyawati, J. (2021). Peran Citra Merek, Celebrity Endorser, Kualitas Produk Dalam Keputusan Pembelian The Role of Brand Image, Celebrity Endorser, Product Quality in Purchase Decision. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(1), 140–150. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i1.6200>

Yudha, F., Kristina, P., Hayuningtias, A., Fakultas Ekonomika Dan Bisnis<sup>1, 2</sup>, & Semarang<sup>3</sup>, U. S. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser, Viral Marketing dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(2), 2022–2307. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.1990>