

DAFTAR PUSTAKA

- Ambassador, P. B., Image, B., Word, D. A. N., & Mouth, O. F. (2022). 2022. 10(2021), 1227–1236.
- Damayanti, R., Husen, Z., & Mesar, Z. S. H. S. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Dengan Electronic Word of Mouth Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Skincare Emina. *Jurnal Mitra Manajemen*, 5(6), 390–398. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v5i6.505>
- Dewi, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 7(4), 409. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v7i4.2862>
- Dhaefina, Z., Nur, M. A., Sanjaya, V. F., & Artikel, I. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsment, Brand Image dan Testimoni terhadap Minat Beli Konsumen Produk Mie Lemonilo pada Media Sosial Intagram. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 43–48. <http://ejournal.lmiimedan.net>
- Firdaus, J., & Hermawan, A. (2022). The Effect of Celebrity Endorsements on Purchase Intention through Brand Image and Brand Awareness (Study on Scarlett Whitening Skincare consumers). *Business and Social Science (IJEMBIS) Peer-Reviewed-International Journal*, 2(2), 299–305. <https://cvodis.com/ijembis/index.php/ijembishttps://cvodis.com/ijembis/index.php/ijembis/article/view/71>
- Ghadani, A., Muhar, A. M., & Sari, A. I. (2022). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian di shopee dengan mediasi brand awareness. *Insight Management Journal*, 2(3), 110–118. <https://doi.org/10.47065/imj.v2i3.200>

- Hasan, G. (2023). Pengaruh Brand Image , Celebrity Endorsement , EWOM , Brand Awareness Dan Social Media Communication Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna Smartphone Di Kota Batam. 4(January), 606–615.
- Hidayati, N., & Yuliandani, L. (2020). Pengaruh Beauty Vlogger, Citra Merek Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi)*, 12(1), 65–76. <https://doi.org/10.37151/jsma.v12i1.50>
- Laraswanti, N., & Setyawati, H. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust dan Variety of Selection Terhadap Minat Beli Body Lotion Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(1), 97–111. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i1.67>
- Nitami, D. A., Asnawi, N., Ekonomi, F., Islam, U., Maulana, N., & Ibrahim, M. (2023). Brand Awareness As Intervening Variables (Study On MS Glow Skincare Products In Lucinta Luna ' s Music Video Feat Dede Satria-Tanpa Status) Pengaruh Product placement Skincare MS Glow Terhadap Purchase Intention Dan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Produk Skincare MS Glow Dalam Video Musik Lucinta Luna Feat Dede Satria-Tanpa Status). 4(January), 879–886.
- Peronika, N., Junaidi, J., & Maryadi, Y. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Kosmetika Wardah di Kota Pagar Alam (Studi Pada Masyarakat Pengguna Kosmetika Wardah di Kecamatan Pagar Alam Utara Kota Pagar Alam). *Jurnal Ekonomia*, 10(1), 83–93. <https://www.ejournal.lembahdempo.ac.id/index.php/STIE-JE/article/view/93>
- Prastiyani, M., & Suhartono, S. (2020). Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Advan Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Di Wilayah Yogyakarta. *Jurnal Riset*

Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen, 7(1), 58–74. <https://doi.org/10.32477/jrm.v7i1.188>

Rahayu, P., Utami, T., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., & Surakarta, U. M. (2021). *Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Brand Awareness*.

Riani, O., & Wijayanto, G. (2023). The Influence Of Brand Image And Celebrity Endorser On Brand Loyalty And Repurchase Intention Of Maybeline Product Consumers In Pekanbaru City Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Brand Loyalty Dan Repurchase Intention Pada Konsumen Produk Maybeline Di Kota Pekanbaru. 4(January), 104–116.

Rosita, A., Lukitaningsih, A., & Fadhilah, M. (2022). PERAN CELEBRITY ENDORSE, CITRA MEREK, ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI NIAT BELI (Studi Kasus Pada Produk Scarlett). *Jurnal MANAJERIAL*, 21(1), 95–110. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v21i1.47201>

Sunarti, Wibowo, E., & Utami, S. S. (2019). PENGARUH BEAUTY VLOGGER TERHADAP MINAT BELI PRODUK KOSMETIK WARDAH DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Survei Pada Mahasiswi Universitas Slamet Riyadi Surakarta). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 19(4), 578–589.

Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

<https://katadata.co.id/sortatobing/finansial/5e9a41c96a480/ekonomi->

[di-tengah-pandemi-apakah-akan-terjadi-lagi-depresi-besar](#) (Diakses

pada 5 September 2022)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/05/industri-kosmetik-tumbuh-559-persen-ini-merek-perawatan-tubuh-terlaris-pada-agustus-2021> (Diakses pada 5 September 2022)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/12/umkm-indonesia-bertambah-198-pada-2019> (Diakses pada 5 September 2022)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/05/pertumbuhan-pasar-kosmetik-global-terkontraksi-8-pada-2020> (Diakses pada 5 September 2022)

<https://www.fortuneidn.com/business/desy/prospek-industri-kosmetik-kian-cantik-di-2022> (Diakses pada 5 September 2022)

<https://fortunekreatif.com/pengertian-dasar-digital-branding/> (Diakses pada 5 September 2022)

<https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/> (Diakses pada 5 September 2022)

Hidayat, Anwar. 2017. “Uji F dan Uji T”, <https://www.statistikian.com/2013/01/uji-f-dan-uji-t.html>, Diakses pada 20 September 2022

Sampoerna, University. 2022. “Pengertian Penelitian Kuantitatif, Tujuan dan Jenis-jenisnya, <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/penelitian-kuantitatif/>, Diakses pada 20 September 2022

Maulid, Reyvan. 2021. “Mengenal Path Analysis, Salah Satu Penerapan Statistik Parametrik”, <https://dqlab.id/mengenal-path-analysis-salah-satu-penerapan-statistik-parametrik>, Diakses pada 20 September 2022

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/28/10-serum-wajah-paling-laris-di-e-commerce-mayoritas-brand-lokal> (Diakses pada 10 November 2022)

<https://scarlettwhitening.com/> (Diakses pada 10 November 2022)

<https://scarlettwhitening.com/shop/> (Diakses pada 10 November 2022)