

DAFTAR PUSTAKA

- Addiena Safinafurizqy Shafa Mafryanda dan Sanaji Sanaji, “*Pengaruh Brand Ambassador Selebriti Korea Selatan terhadap Niat Beli Produk Perawatan Kulit dan Kosmetik yang Dimoderasi Etnosentrisme Konsumen*”. Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 11. No. 3.
- Apriyani Novel Montolalu dkk, “*Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital*”, Vol.2 No.4, 2021.
- Cenderamata Citra Rengganis dan Darmayanti Nani, “*Analisis Wacana Kritis Faircluogh pada Pemberitaan Selebriti di Media Daring*”. Jurnal Literasi, Vol. 3, No. 1. 2019.
- Donna Adindarena Vindya, dkk, “*Pengaruh Motif Pembelian Rasional dan Emosional terhadap Keputusan Pembelian Skincare pada Remaja Perempuan dan Perempuan Dewasa*”, Vol.2, No.2. 2022.
- Echdar Saban, “*Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*”, Cetakan Pertama, Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2017.
- Faizah Qurrotul, dkk, “*Rational Emotive Behavior Therapy dalam mengubah perilaku fanatic Korean Pop pada santri*”, Jurnal Kajian Bimbingan dan Konseling Islam, Vol.2, No.1, 2023.
- Fatila Noor Atasya, dkk, “*Pengaruh Brand Ambassador, Social Media Marketing, dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli produk scarlett whitening (Studi Pada Mahasiswi di Kota Malang)*”, E-Jurnal Manajemen.
- Firtiani Djollong Andi, “*Teknik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif*”, Vol.11, No.1, 2014.

- Ghazali Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2021.
- Ghazali Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 25*, Edisi 9, Semarang: Universitas Diponegoro, 2018.
- Gracia Felician Tandy Maria, dkk, “*Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Scarlett Whitening di marketplace Shopee*”, Vol.2 No. 1 Tahun 2024.
- Hardani, S.Pd., M.Si,dkk, *Metode Penelitian Kualitatif & kuantitatif*, Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Grup,2020.
- Hariyanto Titin Halila, dkk, “*Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Star Seller Terhadap Kepercayaan dan Keputusan Pembelian Pada Toko Online di Shopee*”. Jurnal Teknik ITS, Vol. 9 No. 2. 2020.
- Indrasari Meithiani, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Jawa Timur: Cetakan Pertama, Unitoro Press, 2019.
- Iqmaliyah, dkk, “*Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada produk scarlett (Studi kasus pada mahasiswa universitas bhayangkara Jakarta raya)*”, Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Vol. 3 No.2, 2024.
- Irawan Yudi Abi, “*Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada KFC di Kota Bengkulu*”. Jurnal Ilmiah Manajemen. Vol.15 No.1, 2020.
- Kotler, Philip and Amstrong Garry, “*Prinsip-Prinsip Pemasaran*”, Edisi 13:Jilid 1,(Jakarta:Erlangga),2016.

- Kurniawan Fredy Muhammad, “*Adaptasi Generasi Z di Pondok Pesantren Darul Lughoh Wadda’wah (Bangil, Pasuruan, Jawa Timur)*”, Jurnal Pendidikan dan Sosial Humaniora, Vol. 3, No. 3.
- Kusuma Rahayu Wardani, Manalu Moody, “*Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian pada Market Place Shoope*”, Vol.3 No.4 Desember 2021.
- Madina layza Aldira, dkk, “*Pengaruh Influencer dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z pada Marketplace di Surabaya*”, Jurnal Rumpun dan Maanajemen, Vol.1 No.3 2024.
- Mansur Hidayat, “*Model Komunikasi Kyai Dengan Santri di Pesantren*”, Jurnal Komunikasi ASPIKOM, Vol. 2, No. 6, 2016.
- Mulyana Anjani Syaila, dkk, “*Pengaruh Brand Ambassador Song Jong Ki terhadap Minat Beli Produk Skincare Scarlett Whitening*”, Jurnal Publish. Vol. 2 No. 1.
- Mulyanas Arif April, dkk, “*Fanatisme dan lunturnya nilai kebudayaan Gen Z: dampak trend k-pop*”, Vol.3,2023.
- Nada Ajeng Nabilah dan Angraenie Nova, “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Brand Awareness, Brand image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Skincare scarlett Whitening*”. Jurnal of Management Vol.5No.3, 2022.
- Neni Wahyuni, dkk, “*Analisis Pengaruh Iklan dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim Nibras*”, Indonesian Tournal of Economics Application. Vol. 2 (1), 2020.
- Nugrahani Asri Ardianti, “*Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Market Place Shopee. (Studi pada Mahasiswa FISIP Undip)*”, Hal.2.

- Prabowo James Soetanto dkk, “*Pengaruh Kualitas Produk dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu*”. Jurnal Manajemen dan Start Up bisnis, Vol.5 No.1, 2020.
- Putri Miswanto Risma dan Budi Istiyanto, “*Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Wanita di Surakarta)*”, Jurnal Ekobis Nusantara, Vol. 4, No.2,2021.
- Rival Amaluddin, dkk, “*Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Scarlett Whitening di Surabaya Barat*”, E-Jurnal Riset Manajemen. Vol. 13, No. 02.
- Rizka Maulida, dkk, “*Pengaruh Affiliate Marketing dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Survey Pada Followers Instagram Scarlett Whitening)*”, Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan. 2023.
- Rusli Rinaldo, dkk, “*Pengaruh Brand Ambassador dan Word of Mouth terhadap Brand Image Produk Fashion Damn! I Love Indonesia di kalangan Mahasiswa Tangerang*”, Jurnal Komunikasi dan Media, Vol.6, No.1, Agustus 2020. Hal.81.
- Sonie Mahendra, dkk, “*Pengaruh Online Customer Review, Rating dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Casual Pada Marketplace*”. Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi. 2022.
- Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif*”, Cetakan ke-2, Bandung: Alfabeta, 2019.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*, Bandung, Alfabeta 2018.
- Syahrir Muhammad Hidayat, “*pengaruh kualitas produk, harga, lokasi, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen coffe shop di kota gresik*”, junal manajemen dan start-up bisnis, Vol.6 No.4, Oktober 2021.

Tarik Ibrahim Jabal, (2020). *Metode Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian Malang*: UMM Press.

Widiyanti Wiwik, “*Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi Terhadap Keputusan Pengguna E-wallet OVO di Depok*”, Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 7(1),2020.

Windarti sri, “*Kebiasaan Pemakaian Skincare Santri Putri Pesantren Kyai Syarifuddin Lumajang*”, E-jurnal, Vol.11, No.1, 2022.

Yenni Arfah, (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Jakarta: PT Inovasi Pratama Internasional.

Yunita Rama Nabila dan Andriya Risdiyanto, “*Pengaruh Brand Ambassador dan Product Review Terhadap Keputusan Pembelian Online Yang di Mediasi Oleh Citra Merek Bagi Konsumen Perempuan di Yogyakarta*”, Jurnal Mantra: Manajemen Strategis, Vol. 01 No. 01, 2024.

https://bantulkab.go.id/tentang_bantul/index/2020030005/visi-misi.html, Diakses pada 19 November 2024, Pukul 16.32.

https://www.pewresearch.org/social_trends/2020/05/14/on-the-cusp-of-adulthood-and-facing-an-uncertain-future-what-we-know-about-gen-z-so-far/. Diakses pada 14 Mei 2020.

[3 Cara Mengecek BPOM untuk Mengetahui Keaslian Kosmetik \(loreal-paris.co.id\)](#)