

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, S. (2014). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). PEengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4, 897. <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i10.p07>
- Batubara, M., Silalahi, P., & Sani, S. (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>
- Finthariasari, M., Ekowati, S., & Krisna, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Display Layout, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 149–159. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v8i2.1081>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ilwan, B., Ms, M., & Ramelan, M. (2022). Pengaruh Label Halal, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Prodk Kecantikan Wardah Di Indonesia. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>, 7(9).
- Indraningsih, R., & Fauzi, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Citra Merek Dan Selebriti Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening Di Kota Madiun. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>, September 2022.
- Inggasari, S., & Hartati, R. (2022). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, BRAND IMAGE, DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING. 3(1), 1–22.
- Khoiri, M., & Maryati. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Kridaningsih, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Amino Dari Ultimate Nutrition Di Kota Mojokerto. *Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 7(2), 1–10.
- Kusumawati, F., Aditya, D., & Rianto, J. D. (2020). PENGARUH HARGA, KEMASAN, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU UHT ULTRA MILK. 4, 34–45.
- Mardiayanti, & Andriana, A. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk serta Review Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus pada Mahasiswa Administrasi Bisnis). 10(3), 1091–1109.
- Mulyati, S., & Jaya, U. (2020). Winter journal: Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian HP iPhone. *Imwi Student Research Journal*, 1(1), 22–30.
- Oktavia, E., Fatimah, F., & Ira, P. (2022). Pengaruh Harga, Brand Ambassador, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada

- Produk Scarlett Whitening Indonesia Di TokoPedia*. 20(2), 361–375.
- Putri, A. W. (2018). pengaruh Variasi Produk, Cita Rasa, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Jenang Teguh Raharjo Ponorogo Skripsi. *Journal of Linguistics*, 3(2), 139–157.
- Rustam, T. A., & Hikmah. (2022). *Citra merek , kualitas produk dan harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada produk private label (studi kasus pelanggan Alfamart Villa Muka Kuning Batam)*. 17(2).
- Sa, H., & Rafikasari, E. F. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal , Citra Merek Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Maro*, 5(1), 129–136.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (1st ed.). Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2016). *Metode Penelitian*. <https://doi.org/Alfabeta>, Bandung
- Sugiyono, P. D. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Sugiyono, & Susanto, A. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel*. ALFABETA.
- Sujarweni, W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (1st ed.). PUSTAKABARUPRESS.
- Teo, W., & Albari. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening Secara Online. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 923–926.
- Wardani, D. S., & Maskur, A. (2022). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING (Studi Kasus Pengguna Scarlett Whitening). *Jesya*, 5(2), 1148–1160. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.689>
- Yusuf, Tiauw, A., Amin, M., & Mustamin, H. (2020). *Peningkatan Keputusan Pembelian Melalui Celebrity Endorsement, Kualitas Produk Dan Citra Merek*. 1(1), 58–68.