## DAFTAR PUSTAKA

Ahmad et al. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado. Jurnal Administrasi Bisnis, 10(1), 25–31. [http://www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com/).

Anwar, R. N., & Wardani, F. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett Di E-Commerce Shopee. Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, 8(5), 1370–1379.

Athiyah Sholihatun Nisa (2018) Analisis Pengaruh Harga Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Dalam Berbelanja Online Di Instagram (Studi Empiris pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta). Jurnal Universitas Muhammadiyah Surakarta

Azuar Juliandi, I. d. (2015). *Metode Penelitian Bisnis.* Medan: UMSU Press. Burhan Marwanto (2022) Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap

Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (pada Konsumen Produk Sayuran Cv Tani Organik Merapi Pakem Sleman)

Dinda Maharani (2023) Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Ulang Pada Butik Nim Shop Di Kota Palu. Jurnal Ilmu Manajemen Vol.9, No.1 Januari 2023, 031-038

Fabyola Yovita Putri, (2022) Pengaruh Media Sosial dan Kualitas Produk Dalam Menciptakan Minat Pembelian Ulang Produk Kecantikan Scarlett Whitening Melalui Variabel Intervening Kepuasan Pelanggan di Kota Makassar

**F**erdinand, A. 2018. Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi. Semarang: Badan.

Penerbit Universitas Diponegoro

Firmansyah, Anang. 2018. Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran).

Yogyakarta: CV Budi Utama

Kotler dan Garry Amstrong, 2017. Pengertian Harga. Jurnal Universitas Yohanes Dwi Kurniawan Yogyakarta.

Kotler, A. &. (2017). *Principles Of Marketing.* Jakarta: Prenhalindo.

Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2016. Marketing Management, 15th Global Edition. London: Pearson Education, Inc.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). ManajemenPemasaran (12, CetakanKetigaed.).

Jakarta: PT, Indeks.

Ghozali, I. (2018). *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam IBM SPSS" Edisi Sembilan.* Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Harahap, S. S. (2015). *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan. Edisi 1-10.* Jakarta: Rajawali Pers.

Idrus, M. (2016). *Metode Penelitian Ilmu Sosial, Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif .* Jakarta: Erlangga.

Kanuk, S. d. (2015). *Consumer Behavior.* 11th Edition: Global Edition.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). Manajemen Pemasaran (Jilid Satu). Penerbit Indeks.

Lailatus Shafira Ramadani (2023) “Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kausus pada Masyarakat di Kabupaten Sukoharjo

Laraswanti, N., & Setyawati, H. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand 74 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>.

Maulidawati, A. (2021). Penerapan jurnalisme Profetik oleh theAsianparent Indonesia: Studi analisis isi kualitatif pada produk jurnalistik theAsianparent Indonesia.

Moriansyah, L. (2015). Pemasaran melalui media sosial: Antecedents dan consequences social media marketing: Antecedents and consequenc- es. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, *19*(3), 187-196.

Naurah, N. (2023, Maret 19). Retrieved from GoodStats: https://goodstats.id/article/daftar-platform-media-sosial-yang-paling- banyak-digunakan-2023-facebook-juaranya-BHY8q

Nazir, M. (2016). *Metode Penelitian.* Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.

Naurah, N. (2023, Maret 19). Retrieved from GoodStats: https://goodstats.id/article/daftar-platform-media-sosial-yang-paling- banyak-digunakan-2023-facebook-juaranya-BHY8q

Nasrullah, R. (2015). Media Sosial. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Pasaribu, sandra trinita olivia (2022) Pengaruh pemasaran media sosial terhadap minat beli produk scarlett pada mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis universitas hkbp nommensen medan

Peter, J. Paul and Jerry C. Olson. 2015. Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran (1st Indonesia language ed.). Jakarta: Penerbit Erlangga.

Prawira, B., & Kerti Yasa, N. N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951– 952., 2013–2015.

Ramadani, L. S., & Diharto, A. K. (2023). *PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK SCARLETT WHITENING (Studi Kasus pada*

*Masyarakat di Kabupaten Sukoharjo)* (Doctoral dissertation, UIN RADEN MAS SAID).

Ramli, Samsul, 2014. Definisi Harga.wwwmaxmanmore.com. Sidoarjo. Singarimbun, M. &. (2016). *Metode Penelitian Survai .* Jakarta: LP3S.

Steven Gosal (2020) Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Juice&Smoothieszone

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: PT Alfabet.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: CV. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2015). *Pemasaran Jasa.* Jakarta: Gramedia.

Yustina, T., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening Pada Aplikasi [TikTok. http://repository.upnjatim.ac.id/6077/2/18042010033.-bab](http://repository.upnjatim.ac.id/6077/2/18042010033.-bab) 1.pdf.