

DAFTAR PUSTAKA

- Belakang, Latar. "Bab I." *Galang Tanjung*, no. 2504 (2015): 1–9.
- Bimrew Sendekie Belay. "PENGARUH PERCEIVED VALUE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Pengguna Scarlet Di Lampung)." *PENGARUH PERCEIVED VALUE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*, no. 8.5.2017 (2022): 2003–2005.
- Burhan, Rahayu. "SKINCARE SCARLETT (Survei Pada Konsumen Scarlett Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo) SKINCARE SCARLETT (Survei Pada Konsumen Scarlett Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo)" (2021).
- Cahyani, Febby Gita. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 5, no. 3 (2016): 1–19.
- Di, Latar Belakang, Di Indonesia, Penetrasi Pengguna Internet, Indonesia Sumber, Asosiasi Penyelenggara, and Jasa Internet. "Sandra Trinita Olivia Pasaribu" (2020): 1–24.
- Eva Nani Gorethi. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan" (2009).
- FARADHILLA, NINDA AULIA. *Pengaruh Merek, Harga, Kualitas Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening. Asy Syar'Iyyah: Jurnal Ilmu Syari'Ah Dan Perbankan Islam*. Vol. 5, 2021.
- Fathia Salsabila, Hanifah. "Pengaruh Iklan Media Sosial, Electronic Word of Mouth, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian." *Akuntabel* 18, no. 4 (2021): 2021–722.
- Gunawan, Ce. *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku Untuk Orang Yang (Merasa) Tidak Bisa Dan Tidak Suka Statistika*. 1st ed. Yogyakarta: CD Budi Utama, 2020.
- Humairah, Jihan Fahirah, and Intisari Haryanti. "Pengaruh Media Sosial Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Yuikaa Shop Bima." *Jurnal Ekuivalensi* 7, no. 2 (2021): 383–397.

- Husnah, Z. “Etika Penggunaan Media Sosial Dalam Al-Qur’an Sebagai Alat Komunikasi Si Era Digitalisasi.” *Al-Mutsla* 1, no. 2 (2021): 149–162.
- Istiani, Nurul, and Athoillah Islamy. “Fikih Media Sosial Di Indonesia.” *Asy Syar’Iyyah: Jurnal Ilmu Syari’Ah Dan Perbankan Islam* 5, no. 2 (2020): 202–225.
- kementrian agama republik indonesia. “Al-Quran Kemenag.” *Layanan Kemenag* (2022): 2.
- Lumban, Gaol. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Scarlettwhitening Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hkbp Nommensen Medan,” no. 7 (2022): 1–11.
- Melpiana, Evi, and Ajat Sudarajat. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow Beauty.” *Management and Accounting Expose* 5, no. 1 (2022).
- Monica, Agnes. “Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Produk Scarlett.” *Repository.Usd.Ac.Id* 0, no. 0 (2021): 1–161.
- Mulyansyah, Gumilar Tintan, and Raya Sulistyowati. “Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Di Kawasan G-Walk Surabaya.” *Pendidikan Tata Niaga* 9, no. 1 (2020): 1097–1103.
- Noorohmah. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Di Pand’s Muslim Departement Store Cabang Semarang.” *Skripsi*, no. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (2019): Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Purwadinata, Subhan, and Rizki Nandasari. “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU PRODUK KECANTIKAN SCARLETT (Studi Pada Toko Online Scarlett Sumbawa).” *Jurnal Riset dan Kajian Manajemen* 01, no. 02 (2021): 185–193.
- Rauf, Isnaeni. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Body Lotion Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2018 Universitas Muhammadiyah Makassar.” *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* 7, no. 2 (2022): 107–15.
- Rimadias, Santi, Yunita Werdiningsih, and Ahmad Farhan Baqi. “Social Media Marketing on Instagram: Peran Beauty Influencer Dalam Pemasaran Scarlett Whitening Di Media Sosial Instagram.” *Jurnal MEBIS (Manajemen dan*

Bisnis) 7, no. 1 (2022): 88–100.

Sari Novita Nuri. “Pengaruh Promosi Di Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlet Whitening Pada Masyarakat Desa Bagan Jaya Kec.Enok (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Desa Bagan Jaya Kec.Enok Kab.INHIL.” *Skripsi* (2021).