

DAFTAR PUSTAKA

- Aditria, D. D. (2023). Pengaruh brand image, e-wom dan brand trust terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel mediasi di hits burger antasari jakarta selatan. *Technomedia Journal*, 8(1), 30-45.
- Adrianto, R. (2021). Kredibilitas Influencer dalam Membentuk Kepercayaan Konsumen terhadap Brand. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 54-60.
- Alberta, H. &. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Meningkatkan Penjualan dan Brand Awareness. *Jurnal Ilmiah Media, Public Relations, Dan Komunikasi (IMPRESI)*, 2(1), 1.
- Annung Purwati, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassadoor Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang berdampang Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Ekonomi Kita Vol.11, No. 1*.
- Arikunto. (2006). *Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta: Bina Aksara.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Benu, F. L. (2019). *etodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Cahyaningtyas, R., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Review Produk dan Konten Marketing pada Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening By Felicya Angelista. *eProceedings of Management*, 8(5).
- Chintya, M. &. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 12(7).
- Creswell, J. W. (2012). *Research Design Pendekatan Kualitatif Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dewi, P. S. (2024). *PENGARUH TAGLINE GRATISONGKIR DAN BRAND AWARENESS PADA SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWI UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA*. Sumatera Utara: Doctoral dissertation, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik, Universitas Islam Sumatera Utara.
- Gunawan, C. (2020). *Mahir Menguasai SPSS : Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.

- Haidayati, F. (2023). Endorsement Sebagai Alat Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal Az Zahra: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(1), 461-470.
- Hamzah, A. (2020). *Metode Penelitian Kepustakaan (Library Research)*. Malang: Literasi Nusantara Abadi.
- Haudi, H. H. (2022). The effect of social media marketing on brand trust, brand equity and brand loyalty. *International Journal of Data and Network Science*, 6(3), 961-972.
- Hermawan, I. T. (2024). The scarlett brand social media marketing communications on purchasing decisions. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 6(3), 1256-1269.
- Kurniawan, A. (2018). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. PT Remaja Rosdakarya.
- Laraswanti, N. &. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust dan Variety of Selection Terhadap Minat Beli body lotion scarllet whitening (studi kabupaten kebumen)*. Kebumen.
- Layaman, L., & Fadila, S. (2023). The Effect of Marketing Mix on Consumer Loyalty at Alfamart Lengkong. *Cirebon International Journal of Economics and Business*, 1(1), 22-28.
- Layaman, L., & Rahmawati, K. Y. (2023). Pendampingan UMKM dalam Peningkatan Kualitas Pemasaran Berbasis Digital di Desa Bakung Lor Kecamatan Jamblang Kabupaten Cirebon. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 75-86.
- Layaman, L., Agustin, A., & Ardiansyah, R. (2024). The Effect Of The Increase In Online Motorcycle Taxi Fares On Driver Income With Customer Satisfaction As An Intervening Variable (Case Study On FEBI IAIN Syehk Nurjati Cirebon Students). *Cirebon International Journal of Economics and Business*, 2(2), 24-36.
- Layaman, L., Khairunnisa, H., & Rohayati, R. (2022). Pengaruh E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Intervening. *Hawalah: Kajian Ilmu Ekonomi Syariah*, 1(2), 61-73.
- Leo, S. (2013). *Kiat Jitu Menulis Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Jakarta: Erlangga.

- Lestari, A. P. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Brand Image dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Geprek Benu Kawi Malang. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 1-5.
- Maghfiroh, A. (2016). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian . *Jurnal Administrasi Bisnis Vol 40 No.1*.
- Mandiri, A., & Metekohy, E. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Bri Mobile (Brimo). *Account: Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*, 8(1).
- Mariyati, L. I. (2021). *Buku ajar psikologi perkembangan manusia*. Umsida Press.
- Maulana, A. &. (2022). Pengaruh harga, brand ambassador dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk scarlett whitening. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(9).
- Nabila, N. F. (2023). Penerapan Digital Marketing Dan Peran Content Creator Pada Media Sosial Guna Meningkatkan Brand Awareness PT. Otak Kanan Surabaya. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 136-146.
- Nazwa Shyreen A, D. A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian : Minat Konsumen, Harga Dan Kualitas Produk (literature Review MSDM). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan Volume 3, Issue 5* .
- Neolaka, A. (2014). *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nia Ruhaniah, H. T. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Implementasi Syariah Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam Vol 5 No. 1*.
- Nurapipah, A., & Arisman, H. A. (2024). The Influence Of Brand Ambassador And Brand Image On The Decision To Purchase Body Lotion Scarlett Whitening (Survey of Scarlett Whitening Consumers in Tasikmalaya City). *Journal of Management, Economic, and Accounting*, 3(2), 213-226.
- Nurmalia, G. W. (2024). Gaya hidup berbasis digital dan perilaku konsumtif pada Gen Z di Bandar Lampung: Keputusan pembelian melalui marketplace Shopee. *Jurnal Rekognisi Ekonomi Islam*, 3(01), 22-32.
- Pakpahan, A. F. (2021). *Metodologi Penelitian Ilmia*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

- Puspita, A. D. (2023). Strategi pemasaran digital scarlett whitening. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 8(2), 180-187.
- Putri, Y. (2019). Strategi Meningkatkan Minat Menabung Di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas. *Jurnal Manajemen dan Bisnis : Perform Vol. 16 No. 1*.
- Ramaputra, M. A. (2021). Analisis strategi kreatif konten promosi usaha foodies melalui media sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*, 5(2), 67-81.
- Riski Rosdiana, I. A. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha Volume 11 No.1*.
- Rusli, M. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif : Berorientasi Praktis*. Madura: LP3M :Paramadani.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36 . *Jurnal Manajemen dan Star-Up Bisnis Volume 2 No. 1*.
- Setiadi, T. F. (2023). *Penerapan Sistem Informasi Untuk survei Marketplace dalam Bisnis Keatif UMKM Berbasis E-commerce: Teguh Setiadi, Laksamana Rajendra Haidar Azani Fajri, Susanti Dwi Ilhami*. 2(2), 16-29: *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi*.
- Setyaningsih, I., & Palupi, P. (2022). Beauty Representation in Scarlett Whitening Advertisement: Roland Barthes' Semiotic Analysis. *Proceeding ISETH (International Summit on Science, Technology, and Humanity)*, 456-467.
- Silalahi, P. H., & Soemartono. (2024). Pertanggungjawaban Pengusaha Atas Produk Skincare Merek Palsu Pada Marketplace Shopee. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(4), 617-628.
- Siregar. (2014). *tatistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapidengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Siregar, S. (2013). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Sodik, S. S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, Penelitian Evaluasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suhaeni, Q. F. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Oranamin C Di Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi Vol.6, No. 3*.
- Suhardi, D. &. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 53-62. .
- Tanjung, S. (2022). Pengaruh Nama Baik Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Membuka Tabungan Haji Pada PT. Bank Sumut Kcpsy Hm Yamin. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Agama Islam (JIMPAI)*, Vol. 2 No1, 1-5.
- Tohari, D. (2021). *Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal Syariah Melalui Galeri Investasi Syariah BEI IAIN Syekh Nurjati Cirebon*. Cirebon: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam: Skripsi Instritut Agama Islam Syekh Nurjati Cirebon.
- Yasmine, D. A. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening* . Pakuan: Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

- Yulia Putri, A. S. (2019). Strategi Meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas. *Jurnal Manajemen dan Bisnis : Performa Vol.16, No. 1 Maret 2019*.
- Aditria, D. D. (2023). Pengaruh brand image, e-wom dan brand trust terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel mediasi di hits burger antasari jakarta selatan. *Technomedia Journal*, 8(1), 30-45.
- Adrianto, R. (2021). Kredibilitas Influencer dalam Membentuk Kepercayaan Konsumen terhadap Brand. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 54-60.
- Alberta, H. &. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Meningkatkan Penjualan dan Brand Awareness. *Jurnal Ilmiah Media, Public Relations, Dan Komunikasi (IMPRESI)*, 2(1), 1.
- Annung Purwati, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassadoor Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang berdampang Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Ekonomi Kita Vol.11, No. 1*.
- Arikunto. (2006). *Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta: Bina Aksara.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Benu, F. L. (2019). *etodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Cahyaningtyas, R., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Review Produk dan Konten Marketing pada Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening By Felicya Angelista. *eProceedings of Management*, 8(5).
- Chintya, M. &. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 12(7).
- Creswell, J. W. (2012). *Research Design Pendekatan Kualitatif Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dewi, P. S. (2024). *PENGARUH TAGLINE GRATISONGKIR DAN BRAND AWARENESS PADA SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWI UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA*. Sumatera Utara: Doctoral dissertation, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik, Universitas Islam Sumatera Utara.

- Gunawan, C. (2020). *Mahir Menguasai SPSS : Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Haidayati, F. (2023). Endorsement Sebagai Alat Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal Az Zahra: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(1), 461-470.
- Hamzah, A. (2020). *Metode Penelitian Kepustakaan (Library Research)*. Malang: Literasi Nusantara Abadi.
- Haudi, H. H. (2022). The effect of social media marketing on brand trust, brand equity and brand loyalty. *International Journal of Data and Network Science*, 6(3), 961-972.
- Hermawan, I. T. (2024). The scarlett brand social media marketing communications on purchasing decisions. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 6(3), 1256-1269.
- Kurniawan, A. (2018). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. PT Remaja Rosdakarya.
- Laraswanti, N. &. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorser , Brand Image , Brand Trust dan Variety of Selection Terhadap Minat Beli body lotion scarlett whitening (studi kabupaten kebumen)*. Kebumen.
- Layaman, L., & Fadila, S. (2023). The Effect of Marketing Mix on Consumer Loyalty at Alfamart Lengkong. *Cirebon International Journal of Economics and Business*, 1(1), 22-28.
- Layaman, L., & Rahmawati, K. Y. (2023). Pendampingan UMKM dalam Peningkatan Kualitas Pemasaran Berbasis Digital di Desa Bakung Lor Kecamatan Jamblang Kabupaten Cirebon. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 75-86.
- Layaman, L., Agustin, A., & Ardiansyah, R. (2024). The Effect Of The Increase In Online Motorcycle Taxi Fares On Driver Income With Customer Satisfaction As An Intervening Variable (Case Study On FEBI IAIN Syehk Nurjati Cirebon Students). *Cirebon International Journal of Economics and Business*, 2(2), 24-36.
- Layaman, L., Khairunnisa, H., & Rohayati, R. (2022). Pengaruh E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Intervening. *Hawalah: Kajian Ilmu Ekonomi Syariah*, 1(2), 61-73.

- Leo, S. (2013). *Kiat Jitu Menulis Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, A. P. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Brand Image dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Geprek Benu Kawi Malang. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 1-5.
- Maghfiroh, A. (2016). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian . *Jurnal Administrasi Bisnis Vol 40 No.1*.
- Mandiri, A., & Metekohy, E. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Bri Mobile (Brimo). *Account: Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*, 8(1).
- Mariyati, L. I. (2021). *Buku ajar psikologi perkembangan manusia*. Umsida Press.
- Maulana, A. &. (2022). Pengaruh harga, brand ambassador dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk scarlett whitening. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(9).
- Nabila, N. F. (2023). Penerapan Digital Marketing Dan Peran Content Creator Pada Media Sosial Guna Meningkatkan Brand Awareness PT. Otak Kanan Surabaya. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 136-146.
- Nazwa Shyreen A, D. A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian : Minat Konsumen, Harga Dan Kualitas Produk (literature Review MSDM). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan Volume 3, Issue 5* .
- Neolaka, A. (2014). *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nia Ruhaniah, H. T. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Implementasi Syariah Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam Vol 5 No. 1*.
- Nurapipah, A., & Arisman, H. A. (2024). The Influence Of Brand Ambassador And Brand Image On The Decision To Purchase Body Lotion Scarlett Whitening (Survey of Scarlett Whitening Consumers in Tasikmalaya City). *Journal of Management, Economic, and Accounting*, 3(2), 213-226.
- Nurmalia, G. W. (2024). Gaya hidup berbasis digital dan perilaku konsumtif pada Gen Z di Bandar Lampung: Keputusan pembelian melalui marketplace Shopee. *Jurnal Rekognisi Ekonomi Islam*, 3(01), 22-32.

- Pakpahan, A. F. (2021). *Metodologi Penelitian Ilmia*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Puspita, A. D. (2023). Strategi pemasaran digital scarlett whitening. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 8(2), 180-187.
- Putri, Y. (2019). Strategi Meningkatkan Minat Menabung Di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas. *Jurnal Manajemen dan Bisnis : Perform Vol. 16 No. 1*.
- Ramaputra, M. A. (2021). Analisis strategi kreatif konten promosi usaha foodies melalui media sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*, 5(2), 67-81.
- Riski Rosdiana, I. A. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha Volume 11 No.1*.
- Rusli, M. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif : Berorientasi Praktis*. Madura: LP3M :Paramadani.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36 . *Jurnal Manajemen dan Star-Up Bisnis Volume 2 No. 1*.
- Setiadi, T. F. (2023). *Penerapan Sistem Informasi Untuk survei Marketplace dalam Bisnis Keatif UMKM Berbasis E-commerce: Teguh Setiadi, Laksamana Rajendra Haidar Azani Fajri, Susanti Dwi Ilhami*. 2(2), 16-29: *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi*.
- Setyaningsih, I., & Palupi, P. (2022). Beauty Representation in Scarlett Whitening Advertisement: Roland Barthes' Semiotic Analysis. *Proceeding ISETH (International Summit on Science, Technology, and Humanity)*, 456-467.
- Silalahi, P. H., & Soemartono. (2024). Pertanggungjawaban Pengusaha Atas Produk Skincare Merek Palsu Pada Marketplace Shopee. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(4), 617-628.
- Siregar. (2014). *tatistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapidengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Siregar, S. (2013). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sodik, S. S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, Penelitian Evaluasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suhaeni, Q. F. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Oranamin C Di Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi Vol.6, No. 3*.
- Suhardi, D. &. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 53-62. .
- Tanjung, S. (2022). Pengaruh Nama Baik Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Membuka Tabungan Haji Pada PT. Bank Sumut Kcpsy Hm Yamin. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Agama Islam (JIMPAI)*, Vol. 2 No 1, 1-5.
- Tohari, D. (2021). *Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal Syariah Melalui Galeri Investasi Syariah BEI IAIN Syekh Nurjati Cirebon*. Cirebon: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam: Skripsi Institut Agama Islam Syekh Nurjati Cirebon.

- Yasmine, D. A. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening* . Pakuan: Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
- Yulia Putri, A. S. (2019). Strategi Meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas. *Jurnal Manajemen dan Bisnis : Performa* Vol.16, No. 1 Maret 2019.

