

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M. (2022). *Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Harga Sebagai Penentu Keputusan Pembelian. Economics And Digital Business Review*, 3(1), 104-117. <https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/ecotal/article/view/181>.
- Budianto, A. (2015). *Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Ombak*, 11-57.
- Clarisa, Y. R., & Junaidi, M. R. (2023). *Pengaruh Social Media Marketing, Celebrity Endorsement Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Konsumen Remaja Di Kecamatan Kradenan)* (Doctoral Dissertation, Uin Surakarta). https://eprints.iain-surakarta.ac.id/6012/1/SKRIPSI%20FULL%20TEXT_195211219_Yolanda%20Rindiani%20Clarisa_MBS%208E.pdf.
- Dwiastuti, R. (2017). *Metode Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian: Dilengkapi Pengenalan Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi Kuantitatif-Kualitatif*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Dwisyahputra, F. T., & Sisilia, K. (2024). Pengaruh Advertising Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Brand Erigo Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 8(3), 416-429. <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/4482/1977>.
- Elakarci, R. R., & Fadli, U. M. D. (2024). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Citra Merek Dan Keputusan Pembelian British Propolis Di Mm More Miracles. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 4(4), 31-40. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/triwikrama/article/view/4424/4098>.
- Elinawati Susi Menteri Sinurat, Bode lumanauw, F. dy R. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Suzuki Ertiga. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2230–2239. <https://doi.org/10.35794/emba.v5i2.16522>.
- Fitriani, D. N., Fatimah, F., & Izzudin, A. (2023). PENGARUH FITUR, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE OPPO (Studi Kasus di Mentari Cell Jember). *Growth*, 20(2), 443. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v21i1.2685>.
- Gunawan, C. (2019). Pengaruh Social Media Advertising (Instagram) Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Rubashka. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 4(4), 590-601. <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/1671>.
- Mahirah, D., & Zuhra, S. E. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Dan Celebrity Endorsment Dalam Meningkatkan Purchase Intention Yang Dimediasi Oleh Costumer Trust Pada Online Shop Shopee Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 7(3), 441-454. <https://jim.usk.ac.id/EKM/article/view/19921>.
- Mulianingsih, S., Hutajulu, D., & Dzakira, R. (2023). Pengaruh Celebrity Endorsement, Minat Beli Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Implora. *Jurnal Ilmiah*

- Multidisiplin*, 2(6), 176-184. <https://journal.admi.or.id/index.php/JUKIM/article/view/1179>
- Nurjannah, A., Kumalasari, F., & Ismanto, I. (2023). Pengaruh *Celebrity Endorsement* Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui *Social Media* Tiktok Shop. *Transformasi: Journal Of Economics And Business Management*, 2(4), 79-95. <https://jurnal2.untagsmg.ac.id/index.php/Transformasi/article/view/1115>
- Nuroniyah, N., & Damayanti, R. W. (2024). Pengaruh *Celebrity Endorsement*, Pemasaran Media Sosial, Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Online Pada Marketplace Blibli: Studi Kasus Daerah Istimewa Yogyakarta. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 317-332. <https://journal.unimar-amni.ac.id/index.php/profit/article/view/2453>
- Oktavia, E. B., Fatimah, F., & Puspitadewi, I. (2022). Pengaruh Harga, Brand Ambassador, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening Indonesia Di Tokopedia. *Growth*, 20(2), 361-375. <https://repository.unmuhjember.ac.id/15402/10/J.%20ARTIKEL.pdf>
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Semarang : Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik, 1-122.
- Putri, R. R., & Aquinia, A. (2023). Pengaruh *Celebrity Endorsement*, *Social Media Marketing*, Dan Brand Image Terhadap Purchase Intention Produk Wardah Di Kota Semarang. *Seiko: Journal Of Management & Business*, 6(1), 390-398. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/4271>
- Pratama, L. V., Fatimah, F., & Reskiputri, T. D. (2024). Pengaruh Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Kembali: Studi Kasus Pada Warung Ayam Gepuk Sambel Ijo Genteng Banyuwangi. *Journal of Business Management*, 2(1), 1-4. <https://doi.org/10.47134/jobm.v2i1.11>
- Rahmani, R. G. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada Somethinc By Irene Ursula)* (Doctoral Dissertation, Universitas Lampung). <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/view/2006>
- Rachman, A., Fatimah, F., & Tyas, W. M. (2024). Analysis Of The Influence Of Brand Image, Price And Service Quality On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction As An Intervening Variable. *Jurnal Comparative: Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 209. <https://doi.org/10.31000/combis.v6i2.11295>
- Ramdan, A. M., Siwiyanti, L., Komariah, K., & Saribanon, E. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:Penerbit Widina.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Jakarta:Cipta Media Nusantara.
- Rangkuti, A. N. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Ptk, Dan Penelitian Pengembangan*. Padangsidimpuan : Citapustaka media
- Ratnasari, F. T., & Imam, K. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorser, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett (Studi Kasus Pada Konsumen Scarlett*

Di Solo Raya) (Doctoral Dissertation, Uin Raden Mas Said). <https://eprints.iain-surakarta.ac.id/3423/1/SKRIPSI%20FEBRIANA%20TRS.pdf>

- Rismawan, V. D., & Astuti, S. R. T. (2024). Pengaruh *Social Media Marketing*, Electronic Word Of Mouth, Dan *Celebrity Endorsement* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Nivea Hand & Body Lotion Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, 13(6). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/47823/32485>
- Rosita, D., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Konsumen Mahasiswa. *Inobis: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 494-505. <https://inobis.org/ojs/index.php/jurnal-inobis/article/view/200>
- Rozi, A. F., Supeni, R. I., & Arini, D. (2020). Study Empirik Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Larissa Aesthetic Center Jember. *Jurnal Sains Manajemen Volume*, 6(2). <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/SM/article/download/2377/1563/9811>
- Salsabila, A. A. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorsement* Dan Citra Merek Terhadap Kepercayaan Merek Dan Niat Beli Produk Kecantikan. *Comserva Volume 2 No. 7 November 2022* (884-898). https://www.researchgate.net/profile/Albari-Albari/publication/372452801_Pengaruh_Celebrity_Endorsement_dan_Citra_Merek_terhadap_Kepercayaan_Merek_dan_Niat_Beli_Produk_Kecantikan/links/653fd7b93cc79d48c5bc42bd/Pengaruh-Celebrity-Endorsement-dan-Citra-Merek-terhadap-Kepercayaan-Merek-dan-Niat-Beli-Produk-Kecantikan.pdf
- Satriadi, S., Tubel Agusven, S. T., Elvi Lastriani, S. E., Triyani Capeg Hadmandho, M. B. A., Ramli, R. A. L., Annisa Sanny, S. E., ... & Km, S. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Batam: Cv Rey Media Grafika.
- Shihab, N. F., & Rini, R. S. (2024). Pengaruh *Social Media Marketing* Dan *Celebrity Endorsement* Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Wardah Beauty. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(3). <https://journal.arimbi.or.id/index.php/Manuhara/article/view/1049/1164>
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jember:Pustaka Abadi.
- Sugiyono, D. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Suryahadi, M., Mulyana, H. D., Abdullah, Y., & Mandira, I. M. C. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorsement*, Price, Digital Marketing, Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Umkm Ekonomi Kreatif Subsektor Fashion Di Tasikmalaya). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 125-141. <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/3825/1194>
- Tabar, F. A., & Farisi, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, *Celebrity Endorser*, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Jurnal Manajemen & Bisnis Digital*, 2(1), 1-19. <https://journal.binawan.ac.id/JMBD/article/view/977/363>
- Trihastuti, A. E., & Si, K. (2020). *Manajemen Pemasaran Plus++*. Sleman:Deepublish.

- Wardani, D. S. D., & Maskur, A. (2022). Pengaruh *Celebrity* Endorser, Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pengguna Scarlett Whitening). https://www.researchgate.net/publication/363115568_PENGARUH_CEBRITY_ENDORSER_CITRA_MERKEK_DAN_KEPERCAYAAN_TERHADAP_KEPUTUSAN_PEMBELIAN_PRODUK_SCARLETT_WHITENING_Studi_Kasus_Pengguna_Scarlett_Whitening
- Wibowo, R. A. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Edii 1). Semarang, Indonesia: Radna Andi Wibowo.
- Winarni, E. W. (2021). *Teori Dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Ptk, R & D*. Malang:Bumi Aksara.
- Yuliawan, E. (2021). Pengaruh *Celebrity* Endorser, Citra Merek, Dan Diskon Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Sweter Polos Di Tambora Jakarta Barat. *Jurnal Gici Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 13(1), 106-115. <https://journal.stiegici.ac.id/index.php/jurnal-gici/article/download/84/274/362>
- Yusuf, A. M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta:Prenada Media.

