

DAFTAR PUSTAKA

- A, Shimp Terence. (2014). Periklanan promosi Aspek tambahan komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Erlangga
- Ajzen I. 1991. The Theory of Planned Behavior, Organizational Behavior and Human Decision Processes.
- Ahmad, A. H., Idris, I., Mason, C., & Chow, S. K. (2019). The impact of young celebrity endorsements in social media advertisements and brand image towards the purchase intention of young consumers. *International Journal of Financial Research*, 10(5), 54–65. <https://doi.org/10.5430/ijfr.v10n5p54>
- Amanda, S., Ayuni, & Sudrajat, A. (2023). Pengaruh Harga Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(12)(12), 505–514.
- Ataini, Vivi Purnomowati, Rahmi Rochaeni, Siti. (2021) Pengaruh Faktor Sosial, Budaya, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian BungaPotong.
<https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/sagri/article/download/20072/8796>
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Batee, M. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313–324. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.108>
- Budiyanto, A. (2019). Pengaruh Jkt48 Sebagai Celebrity Endorser, Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Minuman Isotonik Pocari Sweat Albert. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 22(3), 248–269.
- Cahyaningtyas, R., Wijaksana, T. I., & Telkom, U. (2021). 5,065 > T. *Pengaruh Review Produk Dan Konten Marketing Pada Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening By Felicya Angelista*, 8(5), 6488–6498. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/16484>
- Defi, N. H., Syahrani, & Mayvita, P. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS Glow pada Livi Cosmetic di Banjarmasin. *Jurnal Ekonomi UNISKA*, 4(2).

- Devi, A. C., & Fadli, U. M. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Produk E-Commerce Shopee Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Journal of Student Research (JSR)*, 1(5), 113–123. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i5>
- Dewi Rosita, Ivo Novitaningtyas, (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa
- Fatmaningrum, S. R., & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Ilmiah MEA*, 4(1), 176–188.
- Fitri Alamsyah, W. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Skincare Ms Glow. *Jurnal Ekonomi Bisnis Digital*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.59663/jebidi.v2i1.163>
- Fitriah, F., Yuliani, I., & Parlina, T. (2023). Pengaruh Beauty Vlogger, Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlett Whitening Pada Masyarakat Di Kalimantan Timur. *Borneo Islamic Finance and Economics Journal*, 3(1), 68–76. <https://doi.org/10.21093/bifej.v3i1.6964>
- Ghozali, Imam. (2018) Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, F. (2015). Efektivitas Penggunaan Ashraf & BCL Sebagai Celebrity Endorser Dalam Iklan Menggunakan Model TEARS. *Jurnal E-Komunikasi*, 3(2).
- Ilham Dwi Nugroho, Siti Sarah (2021). Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Busana Muslim Merek Maliqa).
- Inggasari, S. M., & Hartati, R. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Cakrawangsa Bisnis*, 3(1), 1–22.
- Jha, M., Bhattacharjee, K., Priti, C., & Heng, W. H. (2020). A Study in Role of Celebrity Endorsements on Consumer Buying Behaviour. *Asia-Pacific Journal of Management and Technology*, 1(2), 13–19. <https://doi.org/10.46977/apjmt.2020v01i02.003>
- Manggalania, L. K., & Soesanto, H. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsement , Country of Origin dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal Management*, 10(6), 1–15.

- Maryanti, N. K. D. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Jerawat Merek Acnes di Kota Singaraja. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(3), 417–424. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i3.45147>
- Maryati, & Khoiri.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Muhani, & Sabillah, H. S. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Word Of Mouth, Kualitas Website, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 04(03), 1114–1127.
- Pangestika, W., Samri Julianti Nasution, Y., & Daim Harahap, R. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas produk, serta Label Halal terhadap Keputusan Pembelian skincare korea “Some by Mi” pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara. *SAMMAJIVA : Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 1(2), 160–171.
- Pratama, N., & Oktafani, F. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 186–194.
- Pratiwiningsih, I. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image (Studi pada Konsuen Honda Vario di CV. Sumber Makmur Abadi). *Universitas Negeri Semarang*, 1–60.
- Rahma, R., & Idrus, N. I. (2022). Tren Glow Up Challenge di Masa Pandemi Covid-19. *Emik*, 5(1), 23–46. <https://doi.org/10.46918/emik.v5i1.1281>
- Rissa Mustika Sari , Prihartono (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise).
- Rohmanuddin (2022). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pada Bisnis Ritel Pakaian “Sting” Cabang Kedoya Green Garden)
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Susilo, N. S., & Handayani, S. D. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk MS Glow di Yogyakarta. *Journal of Ecotourism and Rural Planning*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.47134/jerp.v1i1.124>
- Triputranto, B., & Nurdiansyah, F. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Akses Situs Web dan Aplikasi Tokopedia (Studi Kasus Pada Iklan

- Tokopedia X BTS). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 11(1), 10–18.
<https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/view/1409/826>
- Tusanputri, A. V., & Amron. (2021). Pengaruh iklan dan program gratis ongkir terhadap keputusan pembelian pada platform e-commerce Tiktok shop. *Journal FEB UNMUL*, Vol. 23(4), hlm. 632-639.
- Usli, V. A. (2022). Analisis Strategi Penetapan Harga Pt. Grab Di Indonesia. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 133–139.
<https://doi.org/10.46576/bn.v5i2.2762>
- Widya Rahma Yana, G. H. (2021). Trend Eyelash Extension pada Perempuan . . . (Widya Rahma Yana). *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 10, No 3, 3–39.
- Yanti, I. (2020). Pembelian Produk Busana Muslim Pada Toko Rumah Jahit Akhwat (Rja). *Journal of Economic, Management and Accounting*, 1(1), 49–59.
- Yunita, P., & Indriyatni, L. (2022). Pengaruh Brand Image , Daya Tarik Iklan , Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow (Studi Kasus Pada Pelanggan MS Glow Kota Semarang). *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 5, 279–287.