

DAFTAR PUSTAKA

- Aprialita, T. S., & Rufial, R. (2024). Pengaruh Harga Produk, Ulasan Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Body Lotion Scarlett Whitening Di E-Commerce Sociolla. *Ikraith-Ekonomika*, 7(1), 33–44. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i1.3278>
- Apriyana, N., & Yuliana, L. (2023). Analisis Owner Product Endorsment Dan Endorser Congruence Terhadap Purchase Intention. *Jurnal Orientasi Bisnis Dan Entrepreneurship (JOBS)*, 3(2), 117–130. <https://doi.org/10.33476/jobs.v3i2.2926>
- Asir, M., Puspitasari, D., Wahab, A., Anwar, M. A., & Mere, K. (2023). The Effectiveness Of Using Celebrity Endorsers On Consumer Behavior And Product Purchasing Decisions: Literature Review Efektivitas Penggunaan Celebrity Endorser Terhadap Perilaku Konsumen Dan Keputusan Pembelian Produk: Literature Review. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 1790–1801. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Dhaefina, Z., AR, M. N., Pirmansyah, & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image, Dan Testimoni Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Mie Instan Lemonilo Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 43–48.
- Hasanah, U. (2017). *Pengaruh Testimoni, Selebgram Dan Gambar Produk Fashion Pada Media Sosial Instagram Terhadap Impulse Buying Konsumen*.
- Khafidatul, I., & Indra, K. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Marketplace Shopee di Mojekerto. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>
- Kholifah, F. (2023). Pengaruh Social Media, Celebrity Endorsement Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Score: Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran*, 01(01), 11–20. <https://jurnal.lenteranusa.id/index.php/score/article/view/65>

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta : Erlangga. p125.
- Kurniawan, C. N., & Susanto, A. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorsement , Brand Image dan Testimoni di Instagram terhadap Minat Beli Konsumen*. 3(2), 98–112.
- Mersa, N. A., Tjeje, N. F., & Sari, D. N. M. (2023). Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser dan Testimoni terhadap Minat Beli Pengguna Media Sosial Instagram. *Jurnal Eksis Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Samarinda*, 19(1), 1–15.
- Purwanto, E., & Nuvriasari, A. (2023). *Pengaruh E-Marketing, Ulasan Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Taritalia Macrame Di Marketplace Shopee*.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(1).
- Sepilla, S., & Purworini, D. (2022). *The Effect of Celebrity Endorser Raffi Ahmad and Testimonial on Consumer Buying Interest of Lemonilo Products on Social Media Survey on Universitas Muhammadiyah Surakarta Students*. 661(Iccee 2021), 71–79.
- Sriantini, N. N. A., & Hartini, N. M. (2022). Pengaruh Testimoni dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow di Kabupaten Bandung. *Journal Research of Management (JARMA)*, 4(1), 10–19.
- Sudarti, K., & Ulum, S. B. (2019). Peran Sikap Konsumen Dalam Memediasi Pengaruh Religiusitas Dan Reputasi Merek Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(2), 48. <https://doi.org/10.30659/ekobis.20.2.48-61>
- Tarigan, R. S., Tandung, J. C., Sutrisno, A. K., & Viriyani, V. (2023). The Effect of Celebrity Endorsement on Purchase Intention. *International Journal of Financial and Investment Studies (IJFIS)*, 4(1), 50–62. <https://doi.org/10.9744/ijfis.4.1.50-62>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tololiu, R. M., & Roring, F. (2022). Pengaruh Promosi Dan Testimoni Pelanggan Terhadap Minat Beli Konsumen Hp Samsung Di Marketplace Facebook (Studi Kasus Pada Toko Mozamart Manado) Influence of Promotions and Customer Testimonials on Consumer Purchase Interests of Samsung Hp in the Facebo. *Jurnal EMBA: Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, *10(4)*, 1110–1120.