DAFTAR PUSTAKA

Adonis, M. R., & Silintowe, Y. B. R. (2021). Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Y. *JURNAL CAPITAL : Kebijakan Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, *3*(1), 118–138. https://doi.org/10.33747/capital.v3i1.80

Adonis, S. (2021). Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Y. *JURNAL CAPITAL : Kebijakan Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, *3*(1), 118–138. https://doi.org/10.33747/capital.v3i1.80

Aini, B. (2021). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Biore Body Foam Melalui Citra Merek. *JCA Ekonomi*, *1*(2), 521–529. https://jca.esaunggul.ac.id/index.php/jeco/article/view/95

Ambarita, L. F., & Wasino, W. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific Di E-Commerce Shopee. *ECo-Buss*, *7*(2), 992–1009. https://doi.org/10.32877/eb.v7i2.1600

Aprilia, R., Savitri, L., & Ichwani, T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Msglow Di Kota Bekasi. *JIMP : Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, *3*(1), 42–57. https://doi.org/10.35814/jimp.v3i1.4127

Ardhiza, A. R., Setianingsih, W. E., & Izzuddin, A. (2023). Pengaruh Design Product, Personal Branding, Distribution, Album K-Pop (studi kasus pembelian pada Weverse Shop). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis GROWTH*, *21*(1), 99–105.

Ayu Lestary, D., Munir Rachman, M., & Wibowo, T. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap KeputusanPembelian Melalui Minat Beli Helm Bogo(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unipa Surabaya). *Journal of Sustainability Business Research*, *3*(2), 33–41.

Buana Pertiwi, R., & Sri Rahayu, Y. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk Dan Harga Kompetitif Terhadap Keputusan Pembelian Sandal Wanita Merek Cardinal Di Wilayah Kota Bandung. *Jurnal Sain Manajemen*, *2*(2), 41. http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index

Chaudhary, M. U. (2021). *The Impact Of Instagram As A Social Media Tool On Consumer Purchase Decision On Nike*. *Media and Communication Review*, *1*(1), 17–29. https://doi.org/10.32350/mcr.11.02

Duwila, Z., Supandi, A., & Ogi, I. (2022). Pengaruh Celebrity Endorsment, Brand Awareness Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Kota Manado. *Z. Duwila., A. Supandi., I. Ogi 269 Jurnal EMBA*, *10*(1), 269–278.

Elvis, L. (2023). Konsep Dasar Manajemen (Ilmu dan Seni Mengatur Organisasi). *Penerbit Tahta Media*, 1–75.

Emilio. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi oleh Citra Merek: Studi Pada Konsumen Produk Fashion Di DKI Jakarta. *3*, הארץ(8.5.2017), 2005–2003.

Ghozali, H, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate. In *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*.

Ghozali. (2021). *Metode Penelitian*.

Hutama, P. A., & Nuryanto, I. (2024). Pengaruh Celebrity Endorsement, WOM dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Zara di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, *2*(11), 60. https://doi.org/10.61722/jiem.v2i11.2798

Insani, F. (2025). Pengaruh Product Design Dan Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian Produk Le Minerale. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, *4*(1), 1504–1514.

Istiningrum, Dharmanto, & Wijayanti. (2025). Pengaruh Desain Produk, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Masker Clay Stick Skintific Pada Platform ECommerce Shopee Di Bekasi Utara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, *3*(8), 180–190.

Karamoy, T. S. (2025). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Di Kota Manado. *Bandung Conference Series: Business and Management*, *5*(1), 379–390. https://doi.org/10.29313/bcsbm.v5i1.17570

Katiandagho, H. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Harga, dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna TikTok Shop. *Sains Manajemen*, *9*(1), 13–27. https://doi.org/10.30656/sm.v9i1.5886

Kharisma, A. S., & Putri, N. K. (2020). Teori Of Planned Behavior Terhadap Intensi Untuk Berinfak Dan Sedekah Melalui Financial Technology. *Perada: Jurnal Studi Islam Kawasan Melayu*, *3*(2), 145–154.

Kotler, P., & Armstrong. Gary. (2024). Principles Of Marketing. In *Pearson*. https://opac.atmaluhur.ac.id/uploaded_files/temporary/DigitalCollection/ODljY2E4ODIyODViZjFkODgzNDUxYWZlNWFhZmY2MGE5MDc0ZDVmYw==.pdf

Kurniawan, A., Bai'ul Hak, M., Hidayat, A. A., Fadlli, M. D., Wafik, A. Z., Perindustrian, D., Ntb, P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Di Ntb Mall. *Muslimpreneur*, *3*, 66–82.

Latte, M. (2022). Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Anyaman Purun Di Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu Sungai

Utara. *4*(1), 35–44.

Laurent Sanjaya. (2021). *MANAJEMEN PEMASARAN & BISNIS Perspektif Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan* (Vol. 1).

Lemeshow. (1990). *Metode penelitian*.

Lestari, D., & Novitanigtyas, I. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pixy Di Karawang. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, *8*(4), 407–417. file:///D:/Jurnal Penelitian/jurnal nasional 6.pdf

Magfiroh, I. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Skincare (produk serum) di PT. AVO Innovation Technology (Avoskin) (Survey pada Mahsiswa FEB UPI YAI). *Jurnal Ikraith Ekonomika*, *8*(2), 215–224. http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA

Maldina, S. I., Nawir, J., & Pinem, D. B. (2021). Prosiding biema. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, *2*(1), 766–780.

Matheos, M. I., Soepeno, D., & Raintung, M. C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado*, *10*(1), 973–983.

Nari, N. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Al-Iqtishad*, *17*(2), 176. https://doi.org/10.24014/jiq.v17i2.10602

Nofa, M. S. A., Prasetio, A. A., & Mukhroji. (2024). Pengaruh Inovasi Produk, Iklan, Electronic Word of Mouth dan Dukungan Selebriti Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, *2*(8), 740–750. https://doi.org/10.61722/jiem.v2i8.2364.

OU, P., MAO, M., MERN, S., MAO, S., PICH, P., & DUONG, S. (2024). Key impacts of celebrity endorsement in social media platforms on consumer purchase intention of the soft drink brands. *Insight: Cambodia Journal of Basic and Applied Research*, *6*(2). https://doi.org/10.61945/cjbar.2024.6.2.01

Pasifa, Soeprajitno, S. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Skintific Di Tiktok Shop. *4*, 922–929.

Philip Kotler, K. L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*.

Pradana, M., Anggriani, I., & Rahman, A. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan jasa pada LPK Barokah

Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, *11*(1), 571–580. https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3186

Pradika, V. W., & Hussein, A. S. (2023). Pengaruh Harga, Desain Produk, Dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, *2*(4), 850–860. https://doi.org/10.21776/jmppk.2023.02.4.01

Putra, D. T., & Afandi, Y. (2023). Pengaruh Inovasi Produk Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, *9*(1), 132–137. https://doi.org/10.33795/jab.v9i1.525

Putra, R. F., & Komariah, N. S. (2022). Produk terhadap keputusan pembelian sepatu Compass. *Jurnal Bisnis*, *18*(2), 163–171.

Rachmaningtyas, P., & Surianto, M. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobistek*, *11*(4), 389–396. https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i4.459

Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta, I. I. J. (2024). *The Impact Of Product Quality, Product Design And Price Perception Increasing Purchase Decisions Mediated By Brand Image In Lock N Lock Indonesia*. *2*(01), 306–312.

Saputri, S. F., Sukoco, H., Farisi, H., Yuliana, A., & Andini, M. (2024). Pengaruh Promosi Media Sosial, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Toko Kue Keikeu). *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara*, *1*(5), 6424–6434.

Siantry, A., Bhayangkara, U., Raya, J., Untari, D. T., Bhayangkara, U., Raya, J., Andrian, A., Bhayangkara, U., & Raya, J. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Karoseri PT. Adhikarisma Pratama*. *3*(1).

Simange, C., Tawas, H. N., & Roring, F. (2023). Analysis of the Effect of Price Discounts, Brand Image and Customer Trust on Purchasing Decisions in Alfamidi Kec. Tobelo Tengah. *Jurnal EMBA*, *11*(3), 761–771.

Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian*.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.

Suhairi, Adelika, Putri Iswanti, & Cut Dhea Permata Sari. (2023). Analisis Pricing Global Dalam Pemasaran Internasional: Strategi Dan Faktor Penetapan Harga. *Jurnal Masharif Al Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, *8*(30), 1–7. https://doi.org/10.30651/jms.v8i4.21227

Syerin, E., Mavilinda, D., & Susanti, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Tolak Angin Pada Masa Pandemi Di Surakarta the Influence of Product Quality, Product Innovation and Brand Image Towards the Purchase Decision of Reject Angin During the . *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, *10*(2), 213–221.

https://itskhatulistiwa.ac.id/ojsapresiasiekonomi/index.php/apresiasiekonomi/article/view/460

Tarigan, S. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow (Studi Pada Pengguna MS Glow di Kota Binjai). *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, *3*(4), 244–254. https://doi.org/10.55606/optimal.v3i4.2336

Umar Sanusi. (2022). THE EFFECT OF PROMOTION AND PRODUCT DESIGN ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS. *International Journal of Education and Social Science Research*, *5*(5), 327–343.

Widiastuti, M. (2024). Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Citra Merek, Dan Strategi Digital Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lab Milk Di Sukoharjo. *2*(1), 306–312.

You, H., & Husda, N. E. (2024). Pengaruh Quality Product, Social Network, dan Celebrity Endorsement terhadap Purchase Intention terhadap Kopi Kenangan Megamall Batam. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, *9*(2), 1505. https://doi.org/10.33087/jmas.v9i2.1942

Yusiara, A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Shopoee Melalui Brand Image Suhermin Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. www.topbrand-award.com

Yusri, A. Z. dan D. (2020). Tinjauan Pustaka Teori Perilaku Terencana. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, *7*(2), 809–820.

Za, S. Z., & Wahyuni, S. (2025). *The Influence of Product Quality and Celebrity Endorsements On Brand Image on Purchasing Decisions for Yuna Wholesale Products in Samarinda City*. *06*, 120–126.