

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>
- Aini, N., & Bertuah, E. (2020). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux Cair Melalui Minat Beli. *JCA Ekonomi*, 1(2), 460–466. <https://jca.esaunggul.ac.id/index.php/jeco/article/view/95>
- Ajzen, I. (2012). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Akbar, Mahrinasari, P. (2020). The Mediating Role of Brand Image in the Effect of Sales Promotion, Product Quality, and Celebrity Endorser on Purchase Intention. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 4(1), 221–232. www.ajhssr.com
- Akbarullah, A. A., & Silitonga, P. (2024). the Impact of Product Quality, Product Design and Price Perception Increasing Purchase Decisions Mediated By Brand Image in Lock N Lock Indonesia. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 7(1), 102–126. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v7i1.11898>
- Aprilia, D. (2025). Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik. *MASMAN Master Manajemen*, 3(1), 50–61. <https://doi.org/10.59603/masman.v3i1.709>
- 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>
- Aqilah, Rivai, S. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi oleh Citra Merek: Studi Pada Konsumen Produk Fashion Di DKI Jakarta. 3, *γ787*(8.5.2017), 2005–2003.
- Arifin, R., Amirudin, A., Jasmani Olahraga Dan Kesehatan, P., Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, F., Lambung Mangkurat, U., Selatan, K., & Kunci, K. (2024). SPRINTER: Jurnal Ilmu Olahraga Analisis Tingkat Passing dan Control Pemain Futsal di Ekstrakurikuler SMPN 13 Banjarbaru Info Artikel. *SPRINTER: Jurnal Ilmu Olahraga*, 5(2), 224–231. <http://jurnal.icjambi.id/index.php/sprinter/index>
- Deva, R., Fauzi, A., Kartika Dewi, C., Ramadhani, R., Alianissa, R., Gavirania Maharani, V., & Wulandari, W. (2022). Pengaruh Motivasi Kerja, Lingkungan Kerja, dan Budaya Kerja Terhadap Career Path. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(3), 689–704. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i3.96>
- Diantari, J. (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., Ekonomi, F., Bisnis, D., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2022). Pengaruh Celebrity Endorsment, Brand Awareness Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Kota Manado the Influence of Celebrity Endorsment, Brand Awareness and

Lifestyle on Purchase Decisions for Scarlett Whitening Products in M. Z. Duwila., A. Supandi., I. Ogi 269 *Jurnal EMBA*, 10(1), 269–278.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v2/index.php/emba/search/authors/view?firstName=Zulkifli&middleName=&lastName=Duwila&affiliation=Universitas Sam Ratulangi&country=ID>

Febriani, R., & Khairusy, M. A. (2020). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser/Brand Ambassador, Harga Dan Desain Produk Yang Dimediasi Oleh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop Shopee. *Progress: Jurnal Pendidikan, Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 91–109.
<https://doi.org/10.47080/progress.v3i1.782>

Febrianoor, R., Irwansyah, I., & Rahmawati, E. (2022). Pengaruh Atribut Produk dan Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Waralaba Miltie bubble Di Banjarmasin Yang Di Mediasi Minat Beli. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 11(1), 66.
<https://doi.org/10.20527/jbp.v11i1.13126>

Ghozali. (2021). *Metode Penelitian*.

Hari Arizky, Tina Lestari, & Abdul Kadir. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Brand Sepatu Ortuseight. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(9), 7025–7032.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i9.4335>

Hasan et al. (2022). Pemanfaatan Pelatihan Dasar Dalam Permainan Futsal Pada Masyarakat Di Kabupaten Sidrap. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 45–49. <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/JPMD/article/view/485>

- Hutama, N. (2024). Pengaruh Celebrity Endorsement , WOM dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Zara di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(11), 59–66.
- Iryanti, Mahardini, K. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Media Sosial Terhadap. *Ikraith-Ekonomika*, 7(3), 230–239.
- K C, D. T. (2024). Impact of Celebrity Endorsements on Consumer Buying Decisions – A Conceptual Framework. *Journal of Production, Operations Management and Economics*, 46, 45–52.
<https://doi.org/10.55529/jpome.46.45.52>
- 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.
- Lemeshow. (1990). *Metode penelitian*.
- Lestari, D., Asriani, A., Ningsih, N. W., Rosilawati, W., & Amrina, D. H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Dalam Perspektif Manajemen Islam. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 65–86.
<https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.10321>
- Lestari, M., & Saputra, Y. (2023). Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di marketplace. *Jurnal Manajemen Pemasaran Digital*, 4(1), 55–68.
- 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.
- Murtadlo, M. S. A. (2025). Pengaruh Influencer Marketing , Konten Media Sosial , Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Multishop Fashion Malang. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 14(7), 1–22.
- Nofrizal, N., Sucherly, S., Juju, U., Khairani, Z., Soviyanti, E., Hadiyati, H., & N, A. (2023). Can Product Quality Improve Purchase Decisions in E-Commerce and Social Media through Customer Loyalty and Trust? *Binus Business Review*, 14(2), 147–161. <https://doi.org/10.21512/bbr.v14i2.8800>
- Odionye, C. M., Yareh, D. M., Ibekwe, C., & Salami, H. A. (2021). Influence of Celebrity Endorsement on Consumers' Buying Decision of a Brand: a Study of Globacom Telecommunication Nigeria Limited. *Nnamdi Azikiwe University Journal of Communication and Media Studies*, 2(1), 1–20. <https://doi.org/10.47851/naujocommed.v2i1.110>
- 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 Endorser*. 4, 922–929.

- Pertiwi, R. B., & Rahayu, Y. (2020). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk Dan Harga Kompetitif Terhadap Keputusan Pembelian Sandal Wanita Merek Cardinal Di Wilayah Kota Bandung. *Jurnal Sain Manajemen*, 2(2), 41–49. <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- Philip Kotler, K. L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*.
- Prabaningtyas, A., & Aries Setiawan, G. T. H. , B. Z. ., (2025). Efektivitas Digital Marketing, Desain Produk, dan Harga dalam Membentuk Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Futsal Ortuseight. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 8(2), 117. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v8i2.8582>
- Putra, R. F., & Komariah, N. S. (2022). Produk terhadap keputusan pembelian sepatu Compass. *Jurnal Bisnis*, 18(2), 163–171.
- Rachmaningtyas, P., & Suriyanto, 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>
- Rahmawati, D. A., Kustiyah, E., & Marwati, F. S. (2024). KEPUTUSAN PEMBELIAN DITINJAU DARI CELEBRITY ENDORSER,DESAIN DAN KUALITAS PRODUK AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK LE MINERALE (Studi Kasus Pada Mahasiswa Aktif Prodi Manajemen Universitas Islam Batik Surakarta). *Jurnal Edueco*, 6(1), 37–46. <https://doi.org/10.36277/edueco.v6i1.145>
- Rahmi, M. M., Septyanto, D., History, A., Media, S., & Decision, P. (2024). *PENGARUH MEDIA SOSIAL , KUALITAS PRODUK , DAN*

ENDORSEMENT PENDAHULUAN Akibat dari persaingan dunia bisnis yang ketat antar pelaku usaha untuk memperebutkan pelanggan atau pangsa pasar , pelaku usaha dipaksa untuk terus berkembang dan meningkatkan operasio. 5(5), 208–220.

Ristauli Hutagaol, R. S., & Safrin, F. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening. *Journal of Social Research*, 1(7), 761–772. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i7.147>

Sanusi. (2022). THE EFFECT OF PROMOTION AND PRODUCT DESIGN ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS. *THE EFFECT OF PROMOTION AND PRODUCT DESIGN ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS*, 5(5), 327–343.

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 Cendekiawan Nusantara*, 1(5), 6424–6434. <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>

Sayako, K. T. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Di Kota Manado. *Jurnal EMAS*, 2(1), 98–106.

Schindler, R. C. dan P. S. (2017). *Desain Penelitian*.

Simamora, V., & Sadilah, R. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Skincare Nature. *Journal for*

Business and Entrepreneurship, 4(2), 22.

Sucita, Y. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Word of Mouth dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Dana Iswara Dulang. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 29–37. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v5i1.49918>

Sugiyono. (2020a). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.

Sugiyono. (2020b). *Metodologi Penelitian*.

Wang, X., Guo, J., Wu, Y., & Liu, N. (2020). Emotion as signal of product quality: Its effect on purchase decision based on online customer reviews. *Internet Research*, 30(2), 463–485. <https://doi.org/10.1108/INTR-09-2018-0415>

Wulandari, A. S., Yulianti, W., Fikri, Z. A., & Farizza, T. D. Al. (2023). Pengaruh Desain Produk Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Le Minerale Di Solo Raya. *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies*, 7(2).

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>

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