

DAFTAR PUSTAKA

- Abadiyah, A., Setiadi, R., Fitralisma, G., & Linda Antika, T. (2022). Peningkatan Keputusan Pembelian Melalui Peran Kualitas Produk (Studi Empiris Ceker Ndower Brebes Jawa Tengah Indonesia). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2).
- Afria, I., Hasanah, K., & Setiawan, H. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Celebrity Endorsement, *Brand Image*, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Garnier Men Fachial Wash Pada Marketplace Shopee Di Kota Madiun. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (Simba)* 5.
- Agustian, I., Eko Harius, & Imanda, A. (2021). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Pt. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu. *Jurnal Professional Fis Unived*, 6(1).
- Aini, F., & Farisi, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Celebrity Endorser, Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Digital Tahun*, 2(1), 1–19.
- Alfianti, E., & Kartikasari, W. (2023). Pengaruh Media Audio Visual Terhadap Hasil Belajar Pada Pembelajaran Sbdp Siswa Kelas V Sd Inpres 3/77 Data Kecamatan Mare Kabupaten Bone. *Jurnal Pgsd Universitas Lamappapoleonro*, 1(2).
- Ayyil, L., Wahono, B., & Saraswati, E. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, *Brand Image* Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Biore Body Wash (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Angkatan 2018 Feb Unisma). *E-Jrm: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11.
- Dewi, R., & 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).
- Dhea Febyana, S., Edy Herman Mulyono, L., & Mujahid Dakwah, M. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Kualitas Produk Dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Blp Beauty (Studi Pada Mahasiswi Di Kota Mataram). *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 9, 68–73.
- Elita, S., Darmawan, D., Surya, A., & Ghina, S. (2024). Influence Of “Maudy.Ayunda” As Celebrity Endorser, *Brand Image*, And Brand Origin On Purchase Intention Of Pond’s. *Cirebon International Conference On Education And Economics (Cicee)*, 1(1).
- Evanthi, O. D., Hidayah, A., Rachmawati, E., & Endratno, H. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser, *Brand Image*, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan

- Pembelian Produk Skincare Somethinc Di Purwokerto. *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 9(2), 1475.
<https://doi.org/10.33087/jmas.v9i2.2023>
- Faradita, T., & Ibnu, F. (2024). The Influence Of Celebrity Endorsers, Content Marketing, And Product Quality On Purchasing Decisions For Skintific Products (Study On Skintific Product Users In Semarang City). *Best Journal Of Administration And Management (Bejam)*, 3.
<https://internationalpublisher.id/journal/index.php/bejam>
- Fazirah, E., & Susanti, A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, *Brand Image* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Wardah Di Kota Surakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 5(3).
- Fitri, I. A., Wijaya, R., & Nurjannah, D. (2022). The Effect Of Celebrity Endorser, *Brand Image*, And Product Quality On The Purchase Decision Of Sariayu Martha Tilaar Cosmetics. *Jamanika (Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan)*, 2(04). <https://doi.org/10.22219/jamanika.v2i04.23833>
- Gabriella, C., & Hutaaruk, B. M. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser, *Brand Image* Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Di E-Commerce Shopee (Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Bekasi). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(18), 143–154.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.8310631>
- Goeliling, A., Devi, N. N., Goeliling, A., Sahabuddin, R., Arimbawa, A. P., Rahman, F. A., & Muhammad, A. F. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific. *Seminar Nasional Teknologi Dan Multidisiplin Ilmu (Semnastekmu)*, 3(2), 49–61.
- Hakiki, R., & Robith Setiana, A. (2023). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Pegawai Pada Unit Pelaksana Teknis Daerah Pusat Kesehatan Masyarakat (Uptd Puskesmas) Pagerageung Kabupaten Tasikmalaya. *Journal Of Innovation Research And Knowledge*, 2(8).
- Hakim, H., Santo, E., Tahir, M., & Prima Indonesia, U. (2024). *The Influence Of Viral Marketing, Celebrity Endorsers, And Brand Image On Skintific Skincare Product Purchase Decisions Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific*.
- Hamdani, N. A., Rahayu, A., Anggraeni, D., & Permana, I. (2024). The Effect Of Celebrity Endorsers And *Brand Image* On Purchase Decision. *Asian Journal Of Management Entrepreneurship And Social Science*, 4(4).
<https://ajmesc.com/index.php/ajmesc>

- Kinanti, S., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser, *Brand Image* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Di Kota Batam. *Eco-Buss*, 5(3).
- Kotler dan Keller. (2018), *Manajemen Pemasaran Edisi 13*, Jakarta, Penerbit Erlangga
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed). Pearson Pretice Hall
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition, Person Education, Inc.
- Kolinug, M., Mananeke, L., & Tampenawas, J. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal Emba*, 10(3), 101–111.
- Kusmayadi, D., & Akbar, R. F. (2023). Pengaruh Bauran Ritel (Retailing Mix) Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Transmart Buah Batu Kota Bandung). *Jurnal Darma Agung*, 31(3), 363. <https://doi.org/10.46930/Ojsuda.V31i3.3268>
- Liyono, A. (2022). Pengaruh *Brand Image*, Electronic Word Of Mouth (E- Wom) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Galon Crystalline Pada Pt. Pancaran Kasih Abadi. *Jubis*, 3(1).
- Magfiroh, I., & Rufial. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Skincare (Produk Serum) Di Pt. Avo Innovation Technology (Avoskin) (Survey Pada Mahasiswa Feb Upi Yai). *Jurnal Ikraith-Ekonomika*, 5(3). <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-ekonomika>
- Malini, H. (2021). The Influence Of Beauty Vloggers, *Brand Image*, And Product Quality On Lipstick Purchase Decisions. *Keluwih: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 58–68. <https://doi.org/10.24123/Soshum.V2i2.4698>
- Maro'ah, A., & Rosyidi, S. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser, *Brand Image* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow Di Rembang Kota. *Jesya*, 7(1), 434–442. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V7i1.1429>
- Maudya, A., & Ichwan, M. (2022). Analisis Pengaruh Celebrity Endorsement, Kualitas Produk Dan Packaging Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Produk Skincare Klarity). *(Jebi) Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, 17(1). www.jurnal.stiebi.ac.id

- Nabilah, A. N., & Anggrainie, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Brand Awareness, *Brand Image* Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening. *Yume : Journal Of Management*, 5(2), 728–736. <https://doi.org/10.2568/Yum.V5i3.2162>
- Nabillah, S., Ayuni, & Sudrajat, A. (2023). Pengaruh Harga Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(12), 505–514. www.fe.unisma.ac.id
- Nandre, B., Mayasari, Y., & Ayuda, F. (2024). Pengaruh Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian Produk: Literature Review. *Jurnal Daya Saing*, X(2).
- Nisa'as, A., & Rizal, A. (2023). Pengaruh *Brand Image*, Celebrity Endorser Dan Shopping Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 4(5), 5229–5238.
- Niswatul Azizah Aufa, Rukmi Handayani Pinto, & S Syahrudin. (2024). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Melalui *Brand Image* Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Pond's (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara). *Jemi*, 24(1).
- Noer Pratiwi, D., & Noor Andriana, A. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser, *Brand Image* Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Series Serum. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (Ekuitas)*, 5(1), 132–140.
- Novianti, T. A. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pixy. *Pragmatis Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1). www.femindonesia.com
- Noviyana, S., Sri, M., Anggraini, R., & Ayu, L. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Celebrity Endorser, Brand Image, Electronic Word Of Mouth, Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 906–912.
- Nurmalasari, D., Fikri, M. El, & Anggara, B. (2020). Pengaruh Produk Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Pada Produk Daging Di Pt. Trans Retail Indonesia Store Carrefour Medan Citra Padang Bulan). *Jurnal Manajemen Tools*, 12(2).
- Octaviani, S., Panjaitan, F., & Shinta, D. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam

- Kemasan (Amdk) Merek Bolesa Di Kecamatan Bukit Intan. *Jurnal Progresip Manajemen Bisnis (Jpmb)*, *Stie-Ibek*, 11(2), 2354–5682. [Www.Stie-Ibek.Ac.Id](http://www.Stie-Ibek.Ac.Id)
- Prawiyogi, A. G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book Untuk Menumbuhkan Minat Membaca Di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>
- Primada, R., & Eddy, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Pembersih Wajah Merek Pond's Di Kota Semarang. *Seiko : Journal Of Management & Business*, 6(1), 734–741.
- Puspita Sari, D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific (Studi Pada Pengguna Skintific Di Samarinda). 2(7), 420–431. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i7.1980>
- Putri, K., Purbawati, D., & Wijayanto, A. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Face Wash Biore Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(2).
- Ramadhani, I., & Samofa Nadya, P. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Fesyen Muslim Hijup. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (Knema)*.
- Religia, Y., Sriyanto, A., Safitra, R., & Setyarko, Y. (2022). Pengaruh Brand Image, Electronic Word Of Mouth Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Daypack Eiger Di Kota Bekasi. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 11(1).
- Rudianto, Y., & Ardiansah, D. (2023). Analisis Citra Merek (Brand Image) Terhadap Loyalitas Konsumen Hijab Rabbani (Studi Kasus Pada Reshare Rabbani Kota Tasikmalaya). *Jurnal Economica*, 1.
- Salsabila, A., Munzir, & Rahmat, Z. (2022). Peran Guru Pendidikan Jasmani Terhadap Pembelajaran Kepramukaan Di Sman 1 Baitussalam Aceh Besar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(1).
- Salsabillah, M. F., Syarief, N., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsement, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Biarnyaman. *Prosiding Biema*, 2, 168–187.

- Santi, R., & Aulia, F. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening. *Josr: Journal Of Social Research Juni*, 1(7), 761–772. [Http://Https://Ijsr.Internationaljournallabs.Com/Index.Php/Ijsrhttp://Ijsr.Internationaljournallabs.Com/Index.Php/Ijsr](http://Https://Ijsr.Internationaljournallabs.Com/Index.Php/Ijsrhttp://Ijsr.Internationaljournallabs.Com/Index.Php/Ijsr)
- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *Cidea Journal*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.56444/Cideajournal.V2i2.775>
- Setiani, T., & Accacia, R. (2023). Pengaruh Rasio Solvabilitas Dan Rasio Aktivitas Perusahaan Terhadap Rasio Profitabilitas Perusahaan Pada Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2020 – 2022. *Jurnal Akuntansi*, 18(2).
- Shimp, Terence, A. (2016). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. (2019). *Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan Bandung* : Alfabeta, CV. Penelitian R&D
- Sugiyono. (2018). *Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan Bandung* : Alfabeta, CV. Penelitian R&D
- Tiong, P., Sumaryo, P., Latif, A., & Dalle, Y. (2023). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Celebrity Endorser Terhadap Peningkatan Penjualan Mobil (Studi Kasus Pada Pt. Bosowa Berlian Motor Di Makassar). *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 453–467.
- Tjiptono, (2018) *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta : Andi
- Wowiling, L. B., Worang, F. G., & Wangke, S. J. (2024). The Influence Of Brand Trust, *Brand Image*, And Celebrity Endorsement On Consumer Purchase Decision Of Scarlett Whitening Product Konsumen Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Emba*, 12(1), 307–318.
- Yendra, H., Pradhanawati, A., Hermani, A., & Seno, D. (2022). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kosmetik Pond's (Studi Kasus Pada Toko Jun Kosmetik Di Kota Solok). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- 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) Effect Of *Brand Image*,

Advertising Attractiveness, And Celebrity Endorser To Purchase Decision Ms Glow (Study On Ms Glow Customers In Semarang City). *Prosiding Seminar Nasional Unimus*.

Yunita, Sumarsono, H., & Farida, U. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Buka Lapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo). *Isoquant : Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*, 3(1), 90–105.

Zulia, S., Nada, Y., Bambang, S., Sucipto, H., & Wahana, A. N. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Serta Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlet Di Yogya Mall Brebes. *Cidea Journal*, 2(2), 179–197. <https://doi.org/10.56444/Cideajournal.V2i2.1370>