DAFTAR PUSTAKA

Afandi, D. R., Wahyono, D., Widyastuti, Nugraha, A. R., & Novita, Y. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Harga dan Brand Image Terhadap Minat Beli. *Jurnal EMT KITA*, *8*(2), 650–658. https://doi.org/10.35870/emt.v8i2.2324

Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa* (Cetakan 13). CV Alfabeta.

Amalia, P., & Aryanto, V. D. W. (2023). Pengaruh Celebrity Endorsement, Online Review Customer dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Produk pada Keranjang Kuning Tiktokshop (Studi Kasus pada Mahasiswa UDINUS Semarang). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, *3*(2), 11190–11200.

Angelica, & Rusdi, F. (2022). Pengaruh Endorsement Influencer Pada Produk Scarlett Whitening terhadap Minat Pembelian. *Prologia*, *6*(2), 334–340.

Anggraini, N. P. N., Restuningtyas, Y. A., & Jodi, W. G. A. S. (2023). Pengaruh Citra Merk, Desain Produk, dan Online Customer Review pada Keputusan Pembelian Online. *IDEI: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, *4*(2), 87–96. https://doi.org/10.38076/ideijeb.v4i2.196

Anisa, N. A., & Widjatmiko, A. G. (2021). Electronic Word of Mouth (E-WOM), Celebrity Endorsement and Lifestyle in the Interest of Buying Online Shop Products. *International Journal of Entrepreneurship and Business Development*, *4*(1), 31–35.

Choirunnisa, N., Hidayat, C. W., & Wilujeng, S. (2025). Pengaruh Harga, Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Produk Kecantikan Shofi Aesthetic Clinic Malang). *Jurnal Manejemen, Akuntansi Dan Pendidikan (JAMAPEDIK)*, *2*(2), 37–48. https://doi.org/10.59971/jamapedik.v2i2.350

Dharmmesta, B. S., & Handoko, H. (2020). *Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen* (Edisi Pertama). Penebit BPFE.

Duha, R., & Siagian, M. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Fitur Produk, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Luar Garis Coffee. *E-Co-Buss*, *6*(1), 166–178.

Khoirunisa, A., & Saputro, E. P. (2024). Pengaruh Celebrity Endorsement dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) terhadap Minat Beli pada Produk Avoskin Dimediasi oleh Citra Merek. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, *17*(3), 196–215. www.avoskinbeauty.com

Eppinger, K., & Ulrich, S. (2016). *Product Design and Development* (Sixth Edition). McGraw-Hill International Enterprise.

Fajri, M. I., Yudiandri, T. E., Ratnawita, Rasyid, R., & Jati, P. (2025). The Impact of Digital Marketing and Celebrity Endorsements on Consumer Purchase

Intentions in the Modern Business Landscape. *International Journal of Economics Development Research*, *6*(2), 806–815.

Ferdinand, A. (2021). *Metode Penelitian Manajemen* (Edisi Kelima). UNDIP Press.

Firmansyah, D., Haryani, Safrina, E., & Diah, M. (2023). Analisis Celebrity Endorsment terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Online Shop Shopee dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, *5*(3), 885–889. https://doi.org/10.37034/infeb.v5i3.674

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hadita, H., & Navanti, D. (2025). The Effect of Brand Image and Product Design on Consumer Purchase Interest in Kriss Batik Products. *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science*, *6*(3), 1662–1667. https://doi.org/10.38035/dijemss.v6i3

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, Marko. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (Second Edition). Sage Publishing.

Hananto, D. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda di Tangsel. *Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ*, 1–10. http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit

Hutabarat, F. A., & Anggarini, D. R. (2024). Pengaruh Celebrity Endorsement dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Scarlett Whitening. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, *9*(1), 110–120. https://doi.org/10.31932/jpe.v9i1.3316

Ilhami, M. D., & Sari, S. D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Iphone di Kota Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, *4*(1), 24–35.

Indarto, A. F., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli Iphone di Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, *4*(4), 1258–1266. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i4.919

Jaelani, D., Herdiana, D., & Yusuf, A. (2024). Pengaruh Pemasaran Celebrity Endorsment pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli pada Produk Pakaian Kaum Wanita Generasi Z di Kota Karawang. *Economic Reviews Journal*, *3*(3), 1262–1288. https://doi.org/10.56709/mrj.v3i3.287

Kerin, S. M., & Musadad, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo di Kota Cirebon. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, *8*(17), 498–510. https://doi.org/10.5281/zenodo.7080641

Kiswanto, J. D., Hursepuny, H., Nanulaitta, D. T., Melmambessy, S., Administrasi, J., Politeknik, N., & Ambon, N. (2023). Pengaruh Citra Merek

dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Ambon. *JURNAL ADMINISTRASI TERAPAN*, *2*(2).

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Global Edition 15th). Pearson Education.

Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk dan Endorse. *JIMT: Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, *2*(5), 604–630.

Latoki, L., Idrus, A. Al, Yasin, M., Azis, A., Sujarwadi, & Afandi, D. (2024). Pengaruh Celebrity Endorsement dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skintific di Toko Palu Makeup. *Jurnal Ekonomi Trend*, *12*(1), 11–22.

Lestari, E. (2024). Persepsi Konsumen Mengenai Harga, Lokasi dan Kualitas Pasar Terhadap Minat beli Konsumen di Pasar Klandasan. *Jurnal Minfo Polgan*, *13*(1), 133–138. https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13491

Martiani, E., Harjadi, D., & Akbar, I. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word of Mouth, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina Cosmetics di Kabupaten Kuningan. *Jurnal Bina Bangsa Indonesia*, *18*(1), 266–274.

Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, *7*(3), 1370–1385. https://compas.co.id/

Musyafa, M. E., Hadita, Komariah, N. S., Setyawati, N. W., & Jumawan. (2025). Pengaruh Testimoni Desain Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Android Infinix di Shopee (Studi Kasus Perumahan Griya Asri 2 Kabupaten Bekasi). *Fibonacci: Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, *1*(2), 227–239. https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

Ningrum, A. W., & Ahmadi, M. A. (2024). Pengaruh Celebrity Endorsements Terhadap Purchase Decisions Generasi Milenial. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, *2*(12), 1–16. https://doi.org/10.62281

Nugroho, A., & Soliha, E. (2024). Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Kecantikan: Peran Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Celebrity Endorsement. *JESYA: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, *7*(1), 226–242. https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1348

Pradipta, N. A., Fitriyah, Z., & Izaak, W. C. (2024). The Effect of Product Design and Digital Marketing on Buying Interest of TXT Boygroup Album Among K-pop Fans Generation Milennials and Z. *IJEC: International Journal of Economics*, *3*(1), 13–21. https://doi.org/10.55299/ijec.v3i1.538

Pramono, C. J., Kunto, Y. S., & Aprilia, A. (2023). Peran Mediasi Brand Image dan Brand Experience pada Pengaruh Perceived Quality Terhadap Post-Purchase Intention Mixue di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, *17*(2), 112–120. https://doi.org/10.9744/pemasaran.17.2.112-120

Pratama, R., & Ahmadi, M. A. (2024). Pengaruh Promo Gratis Ongkir Kirim, Iklan, dan Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Produk di Shopee. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, *4*(1), 1100–1109. https://doi.org/10.62710/gvwte514

Pratiwi, A. M. P., Pangiuk, A., & Ismail, M. (2023). Pengaruh Jual Beli Online E-Commerce Shopee Terhadap Minat Beli Saat Pandemi Covid-19 pada Masyarakat Milenial di Kecamatan Belitang. *Journal of Management and Creative Business (JMCBUS)*, *1*(2), 1–18.

Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, *11*(1), 32–46. https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.526

Rachman, P. G., & Siregar, S. (2025). Pengaruh Brand Image dan Ewom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Roughneck 1991. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, *12*(4), 1650–1658.

Syafii, D. R., Alrasyid, H., & Novianto, A. S. (2025). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Fashion Muslim Nobby Kota Malang). *Warta Ekonomi*, *8*(1), 342–349.

Rifa'i, A. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian* (Edisi Pertama). Suka Press UIN Sunan Kalijaga.

Rofiudin, M., Shabry, M., & Juniarsa, N. (2022). Pengaruh Harga dan Fitur Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia Pasca Covid 19 di Malang Raya. *INSPIRASI: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, *19*(2), 721–730.

Rosmayanti, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal on Education*, *5*(3), 8126–8137.

Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati, Ed.; Edisi Pertama). Penerbit KBM Indonesia. www.penerbitbukumurah.com

Sakinatun, F. A., & Soepatini. (2023). Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Empiris pada Konsumen Pengguna TikTok Shop di Wilayah Surakarta). *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, *20*(2), 242–254. www.goodstats.com

Salam, A., & Widajanto, M. B. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Diamond di Surabaya. *Management & Accounting Research Journal Global*, *9*(1), 441–452.

Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen* (Edisi 7). Indeks.

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

Suhardi, D., & Irmayanti, R. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, *3*(1), 53–62.

Suma, E., Yusuf, S. A., & Umar, J. (2023). Pengaruh Bentuk Kemasan, Desain Produk Dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Kopi Yamira). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, *13*(2), 111–115.

Sumarwan, R. G. G., & Herlina, L. (2025). Pengaruh Brand Image, Harga dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli di Transmart. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, *9*(1), 170–186. https://doi.org/10.52362/jisamar.v9i1.1717

Taufik, F., & Hartono, A. (2025). The Effect Of Brand Identity, Brand Image, Brand Integrity And Brand Interaction On Customer Satisfaction And Purchase Intention (Case Study On Iphone Smartphone Fans In Indonesia). *International Journal of Education, Vocational and Social Science*, *4*(1), 58–80.

Tjiptono, F. (2022). *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Penerbit Andi.

Tonda, F., Ali, H., & Khan, M. A. (2024). Pengaruh Promosi dan Online Customer Reviews Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*, *2*(3), 181–194. https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i3

Tululi, F. A., Sembiring, C. F., & Sidharta, J. (2023). Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Awareness, dan Brand Image Terhadap Purchase Decision pada Konsumen Somethinc (Studi Kasus pada Mahasiswa di Universitas Kristen Indonesia Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen). *Fundamental Management Journal*, *8*(1), 31–50.

Wijayanthi, I. A. T., & Dewi, N. L. K. (2022). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen pada Toosi Coffee di Berawa Badung Bali. *Jurnal Economina*, *1*(3), 452–465.

Wulandari, A. F., Andrian, A., & Sumantyo, F. D. S. (2023). Peran Desain Produk, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Sepatu Ventela pada Generasi Z di Desa Tridaya Sakti. *Jurnal Economina*, *2*(9), 2429–2438. https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.825

Yani, R. A., Sinambela, M. T., & Lubis, I. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan "Scarlett Whitening Bodylotion." *Jurnal Riset Entrepreneurship*, *5*(2), 47–55. https://doi.org/10.30587/jre.v5i2.4053

Yasinta, L. K., & Nainggolan, R. (2023). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Somethinc di Surabaya Dimediasi Oleh Brand Image. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, *8*(6), 687–699.

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*(1), 279–287.