

DAFTAR PUSTAKA

- Annissa, A. N., & Paramita, E. L. (2021). Brand Promotion: The Effects of Celebrity Endorsement and Brand Image on Consumer Buying Decision. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 82–90. <https://doi.org/10.26905/jbm.v8i1.5413>
- Arum Tian Maulidya, S. (2023). the Influence of Celebrity Endorsers, Brand Image, and Brand Trust on Purchasing Decision of Wardah Lightening Serum Ampoule Products in Surabaya. *International Journal Of Economy Education and Entrepreneurship*, 3(2), 377–386. <https://doi.org/10.53067/ije3.v3i2>
- Dona, R. R., Hildayanti, S. K., & Lazuardi, S. (2022). The Influence of Celebrity Endorser and Brand Image on Purchase Decisions of Wardah Cosmetics Consumers in Palembang City. *International Journal of Marketing & Human Resource Research*, 3(4), 252–259. <https://doi.org/10.47747/ijmhrr.v3i4.631>
- Inggasari, S. M., & Hartati, R. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Cakrawansa Bisnis*, 3(1), 1–22.
- Kamilah, G. (2017). *Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli*. 6.
- Kinasih, V. T. T., Barkah, B., Afifah, N., & ... (2023). ... Online Customer Review on Purchasing Decision on Skintific Beauty Products With the Fear of Missing Out (Fomo) As a Mediating *Jurnal ...*, 12(04), 2166–2177. <https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi/article/view/3309>
- Rosita, D., & 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), 494–505. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.200>
- Salere, S., Munir, A. R., & Hamid, N. (2019). *The Effect of Celebrity Endorser and Halal Brand Image on Customers' Purchasing Decisions of Wardah Cosmetics*. 92(Icamedia 2018), 454–464. <https://doi.org/10.2991/icamedia-18.2019.49>
- Sukma, K., Nurcahya, I., & Suryani, A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah Men's Biore. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(7), 4016–4043.
- 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, 279–287.

- Alfifto, A., Siringoringo, A., & Hasman, H. C. P. (2022). Viral Marketing, Celebrity Endorsement dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 2(1), 1–9.
- Ariani, T. (2017). Penerapan Strategi Pembelajaran Ekspositori Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Fisika. *Jurnal Inovasi Dan Pembelajaran Fisika*, 4(1), 18–26.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Helm LTD (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). Pendekatan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 897.
- Atiullah dan Ismудар. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Jasa J&T Kota Bima. *Jurnal Cahaya Mandalika ISSN 2721-4796 (Online)*, 2(2), 103–108. <https://doi.org/10.36312/jcm.v2i2.393>
- Bahari, M. C., & Mirza. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Merek Campina Di DKI Jakarta. *Swot*, VIII(3), 450–461.
- Cholifah, N., Suharyono, & Hidayat, K. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Image (Survei pada Konsumen Kosmetik Wardah di Counter Wardah Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 36(1), 170–177.
- Cosina, S. A. (2021). Pengaruh Brand Image, Point of Different, dan Point of Parity terhadap Brand Loyalty Iphone pada Konsumen di Jakarta Utara. *Fair Value Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(4), 1280–1297.
- Desmawati, K. (2022). *Jurnal Embistek Jurnal Embistek*. 1(September), 48–62. [file:///C:/Users/desty/Downloads/7-Article Text-36-1-10-20220906.pdf](file:///C:/Users/desty/Downloads/7-Article%20Text-36-1-10-20220906.pdf)
- Dewi, N. A., Sudarwati, S., & Pawenang, S. (2022). Pengaruh Citra Merek, Online Customer Review, Dan Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Di Solo. *Jurnal AKTUAL*, 20(2), 1–6. <https://doi.org/10.47232/aktual.v20i2.186>
- Dumarçay, J., & Baicy, C. (2003). Surakarta. *Oxford Art Online*, 98–110. <https://doi.org/10.1093/gao/9781884446054.article.t082385>
- Elly, R. (2018). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Imam Market Kisaran. *Journal of Science and Social Research*, 1(February), 7–12. <http://jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR%0APENGARUH>

- Erni Yunaida. (2017). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798–807.
- Hananto, D. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel. *Seminar Nasional Penelitian 2021*, 1–10. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit>
- Hanif, J. A. F. M. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Skincare Ms Glow di Universitas Muhammadiyah Surakarta). *Publikasi Ilmiah*, 1(1), 1–18.
- Laila, U. N., Rachma, N., & Priyono, A. A. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Manajemen*, 127–150.
- Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524>
- Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Manajemen, J. M. (2022). *Pendahuluan*. 45–57.
- Melati, A. K., & Widyastuti. (2014). Pengaruh Citra Merek dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pembalut Wanita Charm. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 2(2), 1–13.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83.
- Murti, T. K. (2019). Pengaruh Brand Image, Promosi dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi. *Economic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(2), 102.
- Nandaika, M. E., & Respati, N. N. R. (2021). peran brand image dalam memediasi pengaruh green marketing terhadap keputusan pembelian (Studi pada produk fashion merek Uniqlo di Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(6), 539.

- Natalia, S., & Rumambi, L. (2015). Analisa Prediksi / Penilai Efektivitas Penggunaan Selebritis Sebagai Brand Endorser Untuk Membangun Brand Image (Studi Kasus Iklan the Face Shop). *Analisa Prediksi / Penilai Efektivitas Penggunaan Selebritis Sebagai Brand Endorser Untuk Membangun Brand Image (Studi Kasus Iklan the Face Shop)*, 1(1), 1–8.
- Nifita, A. T., & Tialonawamarni, F. (2020). Inovasi Produk Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Batik Jambi Maryana. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(03), 149–156.
- Peburiyanti, D., & Saban, S. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Butik Kanabini Di Tenggara. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 20(1), 29–39.
- Pembelian, K., Pada, O., Marketplace, S., & Studi, S. (n.d.). *7841-15206-1-Sm*.
- Pramezwarly, A., Juliana, J., Winata, J., Tanesha, R., & Armando, T. (2021). Brand Trust dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Covid-19. *Jurnal Perspektif*, 19(1), 24–31.
- Pratita, B. W. A., Pratikto, H., & Sutrisno. (2018). *Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan*. 497–503.
- 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.
- Putra, E. (2021). Pengaruh Beauty Vlogger Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Kinali. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(02),
- Putri Adilla, & Christiawan Hendratmoko. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian
- Barang Thrift Melalui Instagram Di Solo Raya. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 455–466.
- Rauf, A. (2022). *Analisis Digital Marketing Dan Atribut Produk Analysis of Digital Marketing and Product Attributes*. 1(1), 39–51.
- 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.
- Sari et al. (2022). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus Variabel Green Marketing dan Brand Ambassador UMKM Ngudi

- Rejeki Kelorida. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), 308–327.
- Sudarijati. (2012). Analisis Pengaruh Persepsi dan Kepuasan Masyarakat Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Sosial Humaniora*, 3(2), 87– 97.
- Sumarsid, & Paryanti, dan A. B. (2022). Jurnal Ilmiah M-Progress Jurnal Ilmiah M-Progress. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi)*, 13(1), 47– 58.
- Tenggana, M. E., Rahayu, W. P., & Wulandari, R. (2020). Pengetahuan Keamanan Pangan Mahasiswa Mengenai Lima Kunci Keamanan Pangan Keluarga. *Jurnal Mutu Pangan : Indonesian Journal of Food Quality*, 7(2), 67–72.
- Tiong, P., Sumaryo, P., Latif, A., & Dalle, M. Y. (2023). Jurnal Mirai Management 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.
- Tolan, M. S., Palleng, F. A. O., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Productivity*, 2(5), 360–364.
- Trang, I., Lumanauw, B., & Dinggon, M. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran, Celebrity Endorsment Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Galaxy Pada Mahasiswa Feb Unsrat Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 1370–1382.
- Warusman, J. D., & Untarini, N. (2016). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Anggota Komunitas Sepeda Motor Honda Vario 125cc di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 4(2), 35–41.