

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M. (2022). Celebrity Endorser , Citra Merek dan Harga Sebagai Penentu Keputusan Pembelian. *Ecotal*, 3(1), 104–117.
- Ayu S., C., Samsudin, A., Hidayat, R., S.E., C., N.A., O., F., F., & Agusnia W., T. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(5), 1171–1180. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i5.2688>
- Azzahra, D. S., & Ramadhan, Z. (2021). Jurnal muhammadiyah manajemen bisnis. *Debt To Equity Ratio, Price Earning Ratio, Current Ratio, Harga Saham Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi*, 3(1), 43–50.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada, h 48–303.
- Dacosta, K. J., Damayanti, I. R., & Arizqi, A. (2021). Peran Public Relations Internal Pt. Mandom Indonesia Dalam Meningkatkan Brand Image Produk Kosmetik Pizy Melalui Penggunaan Brand Ambassador. *Jurnal Perspektif Manajerial Dan Kewirausahaan (JPMK)*, 1(1), 95–103. <https://doi.org/10.59832/jpmk.v1i1.11>
- Dhea Febyana, S., Mulyono, L. E. H., & Dakwah, M. 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(1), 68–73. <https://doi.org/10.29303/jseh.v9i1.199>
- Dyatmika. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser dan Iklan Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi kasus pada Follower instagram Wardah Beauty). *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1), 391–402. <https://doi.org/10.36456/jsbr.v1i1.3033>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media.h 60.
- Fitri. (2023). Kualitas Produk Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Peralihan Merek Kosmetik Lain Beralih Ke Kosmetik Wardah. *J-Aksi : Jurnal Akuntansi Dan Sistem Informasi*, 4(2), 191–202. <https://doi.org/10.31949/jaksi.v4i2.5157>
- Ghozali, I. (2018) *Aplikasi Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 3)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kanuk, S. d. (2018). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT.Indeks Gramedia.

- Kasman, H. (2023). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Inconnet (Studi Kasus Perumahan Sidomulyo Pekanbaru). *Jotika Journal In Management and Entrepreneurship*, 2(2), 91–99. <https://doi.org/10.56445/jme.v2i2.71>
- Kotler dan Amstrong, 2018, *Manajemen Pemasaran. Edisi Mileinium*, Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.h 70–177
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.h 230–256.
- Kotler, P dan Keller, K.L. 2016. *Manajemen Pemasaran Jilid I. Erlangga*. Jakarta.h 588.
- Kotler, Philip., dan Gary Amstrong. (2017). *Principle Of Marketing. Edisi 17*. New Jersey: Pearson Prentice Hall. h 121–368.
- Khulwani, A., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2023). Pengaruh Influencer Janes Christina dan Kualitas Produk Kosmetik Somethinc terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Tiktok. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 815–833. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.5028>
- Kurniawan, A. (2021). Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Indomie. *Economicus*, 15(2), 101–111.
- Marsah Ivana Matheos, Djurwaty Soepeno', & Michael Ch Raintung. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado*, 10(1), 973–983.
- Miranda, A., Latief, F., & Z, N. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Makeover pada Mahasiswa ITB Nobel Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 29–41.
- Mutia, M. K., Alicia, T. S., Neno, M. S., Amaliyyah, R., Hidayah, N., Qurhtuby, M., Fahira, D. N., Agustina, E., วิวัฒน์ศัพท์, ว., Gene Day, D., Wei Shi, S., Hermawan, A. D., Rachman, T., Jayabaya, Petrus & Mediawati, P. N., Korhonen, L., Penelitian, P., Berkelanjutan, P., Cfrsd, C. M. G., Gahlot, V. K.. *Journal of Business Theory and Practice*, 10(2), 6.
- Muttamimah, N., Basalamah, M. R., & ... (2022). Pengaruh Daya Tarik, Kepercayaan Dan Keahlian Celebrity Endorser Terhadap Keputusan

Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Masyarakat
E-JRM: Elektronik Jurnal ..., 93–107.

Nihmatus Solikhah, A., & Krishernawan, I. (2022). Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis. *Juli*, 2(2), 154–166.

Niluh Kurnia Dewi Pratami, N. D., Triansari, N. T., & Rahutama Atidira, R. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada Pt. Mertha Buana Motor Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 31. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26187>

Nira Nurfadillah, T. (2020). Pengaruh Iklan Online “Pixy” Pada Situs Youtube Terhadap Minat Belimahasiswa IkipPgri Kaltim Tahun 2019. *Cendekia (Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran) Ikip Pgri Kalimantan Timur*, 4(2), 23–37.

Novianti, T. A. (2020). Pengaruh celebrity endorser dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik pixy. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 16–75.

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>

Rosita, D., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 494–505. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.200>

Shimp, T. (2010). *Advertising, Promotion, & Other Aspects of Integrated Marketing Communication*. United States: Cengage Learning

Sitorus, M. N. A. dan D. H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina di Batam. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 1121–1133.

Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.h 80–81.

Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.

Sugiyono. 2018. *Data Sekunder*. penerbit Alfabeta,Bandung.h 456.

Sugiyono, (2017). *Data Primer*. Bandung: CV. Alfabeta.h 142.

Sunyoto, Dr. Drs. D., & Saksono, Drs. Y. (2022). *Perilaku Konsumen* (M. A. Kalijaga, Ed.; 1st ed.). 2022.

Syafira. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorser Suhay Salim Terhadap Minat Beli Produk Pixy (Survey Pada Remaja Akhir di Jakarta Pusat)*. 8(2).

Wardani, D. S. D., & Maskur, A. (2022). *Pengaruh celebrity endorser, citra merek dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk scarlett whitening (Studi Kasus Pengguna Scarlett Whitening)*. *Jesya*, 5(2), 1148–1160. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.689>