

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, N., & Amron, A. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare Pada Tiktok Shop. In *Kinerja* (Vol. 5, Issue 01). <https://doi.org/10.34005/kinerja.v5i01.2243>
- Alfaizi, Y., Hardini, R., & Digdowiseiso, K. (2023). The Influence of Product Quality, Online Promotion and Price Perception on Buying Interest in Kopi Kenangan at Epicentrum Mall. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(3), 559–568. <https://doi.org/10.46799/jsa.v4i3.912>
- Asyikin, N., & Heryenzus. (2023). Pengaruh Iklan, Persepsi Kulaitas dan Digital Marketing terhadap Minat Beli Scarlett Di Batam. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(2), 640–648.
- Author's Guide. (2017). Pedoman Penyusunan Skripsi. (2021). 1–2576.
- C., O. jerry, & J., P. P. (2014). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran* (Edisi Sembilan). Salemba Empat.
- Damayanti, R., Husen, Z., & Mesar, Z. S. H. S. (2021). Pengaruh CelebrityEndorser Terhadap Minat Beli Dengan Electronic Word of Mouth Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Skincare Emina. *Jurnal Mitra Manajemen*, 5(6), 390–398. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v5i6.505>
- Dave, C., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing: Strategy. Implementation and practice* (6th ed.). Pearson..
- Effriena Brilliany, & Anton P.W. Nomleni. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Scarlett. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 72–77. <https://doi.org/10.55606/jurima.v2i1.153>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (Kelima). Universitas Diponegoro.
- Fernandi, E. Y., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(3), 548–556. <https://jurnal.stkippersada.ac.id/jurnal/index.php/JPE/article/view/1978/1466>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS* 25.
- Garvin, David A. (2016). Alih Bahasa Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* Yogyakarta

- GOOD, G. (2024). Analysis of The Influence of Brand Image, Price, and Digital Marketing on Purchasing Decisions in Tea Break Consumer. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1(April), 1636–1655.
- Hakim, M., Lukitaningsih, A., & Susanto. (2020). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 2(3), 18–23. https://doi.org/10.26460/ed_en.v2i3.1594
- Hasibuan, M. Z., & Siregar, H. (2021). Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Oppo. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 6(1), 18–24. <https://doi.org/10.51544/jmm.v6i1.2116>
- Izzah Nur Masyithoh, & Ivo Novitaningtyas. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(1). <https://doi.org/10.36805/manajemen.v7i1.1951>
- Jaya, I. (2019). *Penerapan Statistik Penelitian Pendidikan* Ed.1. Jakarta : Kencana
- Keller, K. (2014). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding. Anggaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Khotim Fadhli, & Nia Dwi Pratiwi. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumenposkopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/684/585>
- Kotler, P. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Gery, A. (2014). *Dasar-Dasar Pemasaran*. PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Prentice Hall, Inc. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Milda olivia, M. Ridwan, B. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ms Glow Pada Masa Pandemi (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang Angkatan 2018) Milda. <https://Medium.Com/>, 76–84. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Niaga, J. A., Bali, N., Kampus, J., & Jimbaran, B. (2020). Implikasi Penerapan Customer Relationship Marketing Dan Digital Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Gapura Angkasa Joumpa Denpasar Ni Putu Mira Dwi Astuti 1) ,I Komang Mahayana Putra 2) ,Kasiani 3) , Cokorda Gede Putra

- Yudistira 4) , I Made Widia. *Maret*, 14(1), 506–514.
<http://journal.unmasmataram.ac.id/index.php/>
- Niken Puspita Sari, & Tri Sudarwanto. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Skincare MS Glow (Studi Pada Konsumen MS Glow di Jawa Timur). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 25–40. <https://doi.org/10.51903/jimeb.v1i2.345>
- Ningrum, R., & Indayani, L. (n.d.). *Utilization Of Digital Marketing , Brand Awareness , And Electronic Word Of Mouth To Influence Consumer ' s Purchase Interest In Local Brand Skincare Products*. 1–15.
- Purnamawati, N. L. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Di Bandung Collection Kecamatan Kuta Utara, Badung. *ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*, 53(9), 1689–1699. www.journal.uta45jakarta.ac.id
- RB, L. D., Ratnaningtyas, H., & Octarina, D. (2022). the Effect of Product Quality, Price, and Lifestyle on the Interest in Buying Sketcher Shoes in Students in the City of Tangerang, Banten Province. *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 7(2), 143–151.
<https://doi.org/10.33005/mebis.v7i2.274>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*.
- Royan, M. F. (2014). *Marketing Selebritis* (14th ed.). PT. Elex Media Komputindo.
- Rusmanto. (2017). *Modul Praktikum Manajemen Pemasaran Berbasis IT*.
- Sabar, M., & Moniharapon, S. (2022). Pengaruh Media Sosial, Celebrity Endorser, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Ms Glow Di Kota Manado the Influence of Social Media, Celebrity Endorser, and Product Quality on Consumer Purchase Interest of Ms Glow Products in Manado Ci. *Poluan 422 Jurnal EMBA*, 10(4), 422–433.
- Saifulloh, M. , & Raharjo, S. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial, Word Of Mouth Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Raja Hp Tenggara). *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 21(1), 84–101. <https://doi.org/10.53640/jemi.v21i1.899>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2014). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Shimp, T. A. (2018). *Periklanan Promosi : Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran* (R. S. dan D. Anikasari (ed.); Edisi Ketu). PT. Erlangga.

- Sriwijayanti, E., & Martini, S. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Secara Online saat Pandemi Covid 19 pada Masyarakat Millenia di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Ilmiah AccUsi* , 2(2), 2620–5815. <http://usi.ac.id/journal/index.php/AccUsi/index>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*.
- Suparman, Zunan Setiawan, Salamatun Asakdiyah, Sarwo Eddy Wibowo, & Eva Yuniarti Utami. (2023). Analysis Of The Influence Of Store Atmosphere, Celebrity Endorsers And Pricing On Purchase Decisions Of American Fast Food Customers In Indonesia. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2591–2597. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i6.1682>
- Tjiptono. (2016). *Strategi Pemasaran* (ANDI (ed.); 3rd ed.).
- _____. (2015). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* (Andi (ed.); 2nd ed.).
- Wasitaningrum, T., & Nur Cahya, H. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Produk Scarlett Whitening Article Information. *Jekobs*, 1(1), 58–70. <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/JEK OBS>
- Zamhari Deara Shinta Lestari, R. (2014). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Fitur Dan Desain Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Xiaomi Di Kota Pangkalpinang. *Jipmb*), *Stie-Ibek*, 8(1), 17. www.stie-ibek.ac.id