

## DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Witel Telkom Depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32–39.
- Adel, M., & Shafik, A. (2019). *Pelaksanaan Fungsi-fungsi Manajemen Dalam Peningkatan Mutu Lembaga Pendidikan Islam. March 1807*, 1–10.
- Adyas, D., & Khairani, A. (2019). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan. *Diponegoro Journal of Management*, 1(1), 226–233. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom/Indonesia> adalah e-commerce jenis marketplace.%0ADaya tarik peran pendukung (endorser) dalam%0AMarketplace merupakan sebuah tempat secara%0Aiklan Banyak iklan mendapat dukungan%0Adaring dimana penjual dapat mem
- Agung, P., Roshan, A., Sudiksa, I. B., Universitas, B., & Unud, U. (2019). *barang yang mengakibatkan ketatnya persaingan antara perusahaan . Timbulnya produknya melalui teknologi yang efektif dan efisien . Kemajuan dan teknologi antar perusahaan . konsumen yang semakin berkembang dalam hal kualitas serta kuantitas . diinginkan ol.* 1–21.
- Ahmad, M. (2020). *Page 1.* 10(1), 1–8.
- Algiffary, M. A., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Widiyanti, M. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Online Advertising dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen pada E-Commerce Tokopedia. *AMAR (Andalas Management Review)*, 4(2), 16–31. <https://doi.org/10.25077/amar.4.2.16-31.2020>
- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96–104. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6688>
- Amilia, S. (2017). *Pengaruh Citra Merek , Harga , dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa.* 1–11.
- Anas, A. A. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Di Eiger Store Royal Plaza Surabaya.* 1–7.
- Anggraeni, M., & Asnawati. (2017). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Purchase Intention dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening ( Studi Kasus Iklan Produk Perawatan Kecantikan Wardah ). *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 1, 303–312.
- Audia, D. S., Jayawinangun, R., & Ferdinan, F. (2018). Pengaruh celebrity endorser terhadap minat pembelian produk Aidi.Id. *Jurnal Penelitian Nasional*, 1(1), 76–95.

- Deatami, N. M., & Khasanah, I. (2019). *Analisis pengaruh iklan dan desain produk terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel intervening*. 8, 141–151.
- Duan, R. R., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Tobelo. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 128. <https://doi.org/10.35797/jab.9.1.2019.23710.128-136>
- Effendy, F. (2020). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo dengan Intervening Brand Image. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*. <https://ejournal.upi.edu/index.php/mdb/article/view/24444>
- Fadhly, Z. (2019). Perbandingan Manajemen Sektor Pemerintah Dengan Sektor Swasta. *Jurnal Public Policy*, 1–12.
- Fatma, E. R. T. (2020). Jurnal Mitra Manajemen ( JMM Online ). *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(11), 1651–1663. <http://ejournalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/view/125/69>
- Firdaus, Q., & Suhaeni, T. (2021). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Oronamin C di Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 6(2), 64–71. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v6i2.2218>
- Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal AKTUAL*, 16(1), 21. <https://doi.org/10.47232/aktual.v16i1.3>
- Hafisa, D. Y. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Halal “ Wardah “ ( Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia ) Skripsi Disusun Oleh : Nama : Dinda Yulia Hafisa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. *Skripsi*, 14–93. [https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/6364/SKRIPSI\\_DINDA\\_YULIA\\_HAFISA\\_\(14311357\).pdf?sequence=1](https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/6364/SKRIPSI_DINDA_YULIA_HAFISA_(14311357).pdf?sequence=1)
- Herdaningtyas, G., & Iriani, F. (2017). Pengaruh Iklan dan Penggunaan Selebritas dalam Iklan terhadap Minat Beli Produk Melalui Kesadaran Merek sebagai Variabel Intervening. *Seminar Ekonomi Dan Bisnis ...*, 1(1), 1–9. <http://ojs.ekonomi-unkris.ac.id/index.php/SNEBIS/article/view/205>
- Hidayati, R. K., & Wijayanto, H. (2018). Pengaruh Program Csr “Kuta Beach Sea Turtle Conservation” Terhadap Brand Image Perusahaan. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 114. <https://doi.org/10.33021/exp.v1i2.436>
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>

- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Indri Kharisma, D. (2021). Pelatihan Pembuatan Masker Non Medis Manual Serta Sosialisasi Manajemen Pemasaran Pada Era New Normal Di Rumah Pintar Tangerang Raya. *Scholar.Archive.Org*, 1–13. <https://scholar.archive.org/work/m2zjb4pagnd6xmsoigjadpcm5y/access/wayback/http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JLKK/article/download/11652/7159>
- Irvanto, O., & Sujana. (2020). Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105–126.
- Isnain, M. F., & Rubiyanti, R. N. (2021). Jawa Barat the Effect of Brand Ambassador Towards Buyers Interest Tiket . *Com of West Java*. 8(1), 164–170.
- Joesyiana, K., Basriani, A., Susanti, D., & Wahyuni, S. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Pengguna Media Sosial Instagram (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam .... *ECo-Buss*, 1–18. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/eb/article/view/228>
- Katubi. (2020). Shopee ( Studi Kasus Dilakukan pada Mahasiswa Universitas Islam Batik Surakarta Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen ). *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 18(3), 203–219.
- Kuspriyono, T. (2018). *Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Apartemen Meikarta*. 1–9.
- Kusuma, M., & Rosadi, S. (2018). Journal of Finance and Islamic Banking. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 1(2), 164–179.
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.756>
- Laura, N., & Nasution, P. H. (2021). *Pengaruh Brand Switching Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Pembelian Produk Dengan Korean Wave Sebagai Variabel Moderating*. 9(1), 31–48.
- Leonardo, V., Klise, V., Sari, W. N., Chairman, D., & Anggoro, M. A. (2021). The Influence of Service Quality, Price Promotion and Brand Image on Customer Loyalty. *Jurnal Mantik*, 5(2), 1378–1383.
- Maulana, R. I. (2017). *Pengaruh Awareness , Daya Tarik Iklan Terhadap*. 1(3),

53–70.

- Miranti, Lukman, M. I. (2021). *Penerapan Fungsi Manajemen Terhadap Peningkatan Sumber Daya Manusia Di Kantor Desa Lagading Kecamatan Pitu Riase Kabupaten Sidenreng Rappang*. 1–13.
- Muhasim, H. (2019). Manajemen Akhlak Peserta Didik Di Era Modernisasi Teknologi Informasi H. *Manazhim: Jurnal Manajemen Dan Ilmu Pendidikan Volume 1, Nomor 1, Februari 2019; 1-25, 15(2)*, 1–15.
- Muslimah, N. N. (2020). Pengaruh Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan PT.Kitadin Tanggarong Seberang. *Jmk, 1(2)*, 152–161.
- Nanincova, N. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro*. 1–6.
- Nur, K., & Rahmidani, R. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser dan Iklan Vidio terhadap Brand Image Produk Pembersih Wajah Garnier pada Mahasiswi Universitas Negeri Padang. *Jurnal Ecogen, 3(2)*, 319. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v3i2.8958>
- Paath, A. (2019). *Manajemen Pelayanan Publik Di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Manado*. 1–12.
- Putra, Aditya H.; Ridha, Ahmad; As'ad, A. (2018). *Celebrity Endorser Pada Jejaring Sosialinstagram. 1(1)*, 86–96.
- Ramayanti, F. (2019). Peran Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis, 6(2)*, 111–116. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6690>
- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, 11(1)*, 318. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v11i1.20164>
- Ryzke Dinda Gestari, & Mariah. (2021). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Layanan. *Kalbisocio, Jurnal Bisnis Dan Komunikasi, 8(1)*, 9–16.
- Safina, W. D. (2019). *Page 1*. 1–9.
- Sahadi, Taufiq, O. H., & Wardani, A. K. (2020). Karakter Kepemimpinan Ideal Dalam Organisasi. *Jurnal Moderat, 6(3)*, 519.
- Salsyabila, S. R., Pradipta, A. R., & Kusnanto, D. (2021). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat beli pada marketplace shopee. *Manajemen, 13(1)*, 37–46.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi, 8(1)*, 147.

<https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>

- Suratno, S., Denmar, D., & Hepy, H. (2021). *Dan Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif ( Studi. 2(4), 501–515.*
- Susanto, Z. (2019). *Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Citra Merek Kosmetik Emina.* 1–16. <https://kc.umn.ac.id/10435/>
- Tilova, N. (2021). *Kualitas Pelayanan Agen Brilink ( Survey Pada Agen Brilink Bri Kantor Cabang Kemayoran ). 4(3), 1–17.*
- Tjondrokoesoemo, M. (2017). Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis, 2(3), 287–295.* <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/14429>
- Vilda, S. (2021). *Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Produk Pakaian di Pineappleshopy Surabaya.* 1–17.
- 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>
- Yuli Priyanti, Febri Susanti, N. A. (2019). *Minat Beli Konsumen Toko Sepatu Bata Dipasar Raya Padang Dilihat Dari Sikap Dan Iklan. 01(02), 1–12.*
- Yunaida, E. (2018). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan, 6(2), 798–807.* <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.685>
- Zap Beauty Clinic & Markplus Inc. (2020). ZAP Beauty Index 2020 | 1. *ZAP Beauty, 1–36.*