

## DAFTAR PUSTAKA

- AMALIAH, N. D. (2021). PENGARUH LITERASI EKONOMI DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP GAYA HIDUP HEDONIS SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi). (*Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Siliwangi*) (*Doctoral Dissertation, Universitas Siliwangi*)., 41–65.
- Ananda, A. N., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Nature Republic. *International Journal of ...*, 8(2), 1440–1449.  
[https://www.academia.edu/download/66600386/IJM\\_12\\_03\\_007.pdf](https://www.academia.edu/download/66600386/IJM_12_03_007.pdf)
- Andi, S., Hafis, P. Al, & Hendri. (2020). The Effect of Celebrity Endorser, Product Quality, and Product Design on Pelita Indonesia Students' Buying Interest of Asus S
- Andi, Suyono, Putra, & Hendri. (2020). The Effect of Celebrity Endorser, Product Quality, and Product Design on Pelita Indonesia S. *Ilmiah Manajemen*, 8(1), 14.
- Ariana, R. (2018). 濟無No Title No Title No Title. 1–23.
- Arni, P. S., & Nuraini, D. (2022). Pengaruh Celebrity endorser Terhadap Keputusan Pembelian Dengan kepercayaan merek Sebagai Variabel mediasi Pada Pelanggan Skincare Ms Glow Di .... *Insight Management Journal*, 3(1), 22–30.  
<http://journals.insightpub.org/index.php/imj/article/view/214%0Ahttps://journals.insightpub.org/index.php/imj/article/download/214/94>
- Aswir, & Misbah, H. (2018). PERAN CELEBRITY ENDORSR DALAM

- MNARIK MINAT BELI PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
(Studi pada Mahasiswa UIN Alauddin Makasar. *Photosynthetica*, 2(1), 1–13.
- Cookson, M. D., & Stirk, P. M. R. (2019). *Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat beli Konsumen ( studi pada Villa Triviona di PT. Aek Nauli Medan)*. 10–33.
- Fabiana Meijon Fadul. (2019a). *KE*. 7–21.
- Fabiana Meijon Fadul. (2019b). *済無No Title No Title No Title*. 7–21.
- Falabiba, N. E. (2019). *Pengaruh Citra Merek Dan Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Mediasi Kepuasan Konsumen Pada Amstirdam Coffee*. 8–32.
- FANNY NURSANG FADILLA. (2021). Pengaruh Citra Merek, Inovasi, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Go- Ride. *REPOSITORY STIE INDONESIA (STEI) Jakarta, April*, 4–6.
- Fenina Wierdatul Jannah, Karnadi, Yudhistira Harisandi, 2022. (2022). KUALITAS PRODUK DAN CELEBRITY ENDORSER DALAM MENENTUKAN MINAT BELI PRODUK MS GLOW MELALUI BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI HANAA BEAUTY STORE SITUBONDO. *γ787, 1(8.5.2017)*, 2003–2005.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424.
- Harahap, L. K., & Pd, M. (2018). *Analisis SEM ( Structural Equation Modelling ) Dengan SMARTPLS ( Partial Least Square ) Oleh :1*.

- Kotler dan Keller. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keberlangsungan Usaha. *Universitas Internasional Batam UIB Repository*, 2017, 5–24.
- Laraswanti, N., & Setyawati, H. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust dan Variety of Selection Terhadap Minat Beli Body Lotion Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(1), 97–111. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i1.67>
- Mayssara A. Abo Hassanin Supervised, A., Munawarah, S. H., Misnaniarti, M., Isnurhadi, I., Komunitas, J. K., Rumbai, P., City, P., Komitmen, P., Kbpkp, P., Commitment, S., Kbpkp, F., Dewi, N. M. ., Hardy, I. P. D. ., Sugianto, M. ., 19, T., Ninla Elmawati Falabiba, Anton Kristijono, Sandra, C., Herawati, Y. T., ... Kesehatan, I. (2019). Promosi, Citra merek, dan Kepuasan Pelanggan. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 7(1), 1–33.
- Natsir, N., & Ernawati, S. (2020). Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pengguna Handphone Oppo Di Kota Bima. *Jurnal Ilmiah Manajemen "E M O R,"*4(1), 1. <https://doi.org/10.32529/jim.v4i1.506>
- Nuraeni, I. (2017). Metode Penelitian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Nurul Aini & Eka Bertuah. (2020). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Biore Body Foam Melalui Citra Merek. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 1. <https://jca.esaunggul.ac.id/index.php/jeco/article/view/95>

- Okta, B., Putra, N., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., & Surakarta, U. M. (2020). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP NIAT KEPERCAYAAN MEREK ( Studi Pada Konsumen Produk Pantene Di UMS )*.
- Panglipurningrum, Y. S., Sulistiyani, R. D., & Dewi, S. N. (2018). *BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST ( STUDI PADA KONSUMEN TENUN IKAT “ ARIMBI ” KABUPATEN SRAGEN )*. 16(1), 69–80.
- Patel. (2019). *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Inline Pada Situs Traveloka.Com*. 9–25.
- Purnomo, E., & Suhendra, E. S. (2020). Analisis masa kerja dan promosi terhadap kinerja karyawan BPJS Ketenagakerjaan. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 5(1), 32–43.  
<https://doi.org/10.29407/nusamba.v5i1.13801>
- Ramlawati, R., & Lusyana, E. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Wardah Pada Mahasiswa Hpmm Cabang Maiwa Di Makassar. *Jurnal Manajemen & Organisasi Review (Manor)*, 2(1), 65–75. <https://doi.org/10.47354/mjo.v2i1.181>
- Sosial, P. M., Endorser, C., Produk, D. A. N. K., Sabar, M., Moniharapon, S., & Poluan, J. G. (2022). *M . Sabar ., S . Moniharapon ., J . G . Poluan 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 CITY* *Jurnal EMBA*. 10(4), 422–433.

- Subastian, D. V., Retno p, D. A., Firsa, E., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Celebrity Endorser Raffi Ahmad Terhadap Minat Beli Produk Skincare Ms.Glow. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.24042/revenue.v2i1.7691>
- Sumaa, S., Soegoto, A. S., & Samadi, R. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 304–313. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/36229>
- Tanzeh, A., & Arikunto, S. (2020). Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 43, 22–34.
- ↳Cindi, VDMA, Föhling, J., Industry, M., Nielsch, W., Abbildung, D., Turtle, P., Lanza, G. et al., Messe, H., Cases, U., Ar-anwendungen, P., Reality, A., Werkzeug, M., App, D., Vsm, S. I. M., Technologie-Initiative SmartFactory KL e.V., BSI, B. F. S. in der I., Group, S. S., Heller, J., ... Kommission, E. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Minat beli konsumen. In *Bitkom Research* (Vol. 63, Issue 2).
- AMALIAH, N. D. (2021). PENGARUH LITERASI EKONOMI DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP GAYA HIDUP HEDONIS SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi). (*Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Siliwangi*) (*Doctoral Dissertation, Universitas Siliwangi*)., 41–65.
- Ananda, A. N., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat

- Beli Ulang Nature Republic. *International Journal of ...*, 8(2), 1440–1449.  
[https://www.academia.edu/download/66600386/IJM\\_12\\_03\\_007.pdf](https://www.academia.edu/download/66600386/IJM_12_03_007.pdf)
- Andi, S., Hafis, P. Al, & Hendri. (2020). The Effect of Celebrity Endorser, Product Quality, and Product Design on Pelita Indonesia Students' Buying Interest of Asus S
- Andi, Suyono, Putra, & Hendri. (2020). The Effect of Celebrity Endorser, Product Quality, and Product Design on Pelita Indonesia S. *Ilmiah Manajemen*, 8(1), 14.
- Ariana, R. (2018). 濟無No Title No Title No Title. 1–23.
- Arni, P. S., & Nuraini, D. (2022). Pengaruh Celebrity endorser Terhadap Keputusan Pembelian Dengan kepercayaan merek Sebagai Variabel mediasi Pada Pelanggan Skincare Ms Glow Di .... *Insight Management Journal*, 3(1), 22–30.  
<http://journals.insightpub.org/index.php/imj/article/view/214%0Ahttps://journals.insightpub.org/index.php/imj/article/download/214/94>
- Aswir, & Misbah, H. (2018). PERAN CELEBRITY ENDORSR DALAM MNARIK MINAT BELI PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi pada Mahasiswa UIN Alauddin Makasar. *Photosynthetica*, 2(1), 1–13.
- Cookson, M. D., & Stirk, P. M. R. (2019). *Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat beli Konsumen ( studi pada Villa Triviona di PT. Aek Nauli Medan)*. 10–33.
- Fabiana Meijon Fadul. (2019a). *KE*. 7–21.
- Fabiana Meijon Fadul. (2019b). 濟無No Title No Title No Title. 7–21.
- Falabiba, N. E. (2019). *Pengaruh Citra Merek Dan Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Mediasi Kepuasan Konsumen Pada Amstirdam Coffee*. 8–32.
- FANNY NURSANG FADILLA. (2021). Pengaruh Citra Merek, Inovasi, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Go- Ride. *REPOSITORY STIE INDONESIA (STEI) Jakarta*, April, 4–6.
- Fenina Wierdatul Jannah, Karnadi, Yudhistira Harisandi, 2022. (2022). KUALITAS PRODUK DAN CELEBRITY ENDORSER DALAM MENENTUKAN MINAT BELI PRODUK MS GLOW MELALUI BRAND

IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI HANAA BEAUTY STORE SITUBONDO. *γ787*, 1(8.5.2017), 2003–2005.

Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424.

Harahap, L. K., & Pd, M. (2018). *Analisis SEM ( Structural Equation Modelling ) Dengan SMARTPLS ( Partial Least Square ) Oleh :1.*

Kotler dan Keller. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keberlangsungan Usaha. *Universitas Internasional Batam UIB Repository*, 2017, 5–24.

Laraswanti, N., & Setyawati, H. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust dan Variety of Selection Terhadap Minat Beli Body Lotion Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(1), 97–111. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i1.67>

Mayssara A. Abo Hassanin Supervised, A., Munawarah, S. H., Misnaniarti, M., Isnurhadi, I., Komunitas, J. K., Rumbai, P., City, P., Komitmen, P., Kbpkp, P., Commitment, S., Kbpkp, F., Dewi, N. M. ., Hardy, I. P. D. ., Sugianto, M. ., 19, T., Ninla Elmawati Falabiba, Anton Kristijono, Sandra, C., Herawati, Y. T., ... Kesehatan, I. (2019). Promosi, Citra merek, dan Kepuasan Pelanggan. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 7(1), 1–33.

Natsir, N., & Ernawati, S. (2020). Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pengguna Handphone Oppo Di Kota Bima. *Jurnal Ilmiah Manajemen “E M O R,”*4(1), 1. <https://doi.org/10.32529/jim.v4i1.506>

Nuraeni, I. (2017). Metode Penelitian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Nurul Aini & Eka Bertuah. (2020). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Biore Body Foam Melalui Citra Merek. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 1. <https://jca.esaunggul.ac.id/index.php/jeco/article/view/95>

Okta, B., Putra, N., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., & Surakarta,

- U. M. (2020). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP NIAT KEPERCAYAAN MEREK ( Studi Pada Konsumen Produk Pantene Di UMS )*.
- Panglipurningrum, Y. S., Sulistiyani, R. D., & Dewi, S. N. (2018). *BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST ( STUDI PADA KONSUMEN TENUN IKAT “ ARIMBI ” KABUPATEN SRAGEN )*. 16(1), 69–80.
- Patel. (2019). *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Inline Pada Situs Traveloka.Com*. 9–25.
- Purnomo, E., & Suhendra, E. S. (2020). Analisis masa kerja dan promosi terhadap kinerja karyawan BPJS Ketenagakerjaan. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 5(1), 32–43. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v5i1.13801>
- Ramlawati, R., & Lusyana, E. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Wardah Pada Mahasiswa Hpmm Cabang Maiwa Di Makassar. *Jurnal Manajemen & Organisasi Review (Manor)*, 2(1), 65–75. <https://doi.org/10.47354/mjo.v2i1.181>
- Sosial, P. M., Endorser, C., Produk, D. A. N. K., Sabar, M., Moniharapon, S., & Poluan, J. G. (2022). *M . Sabar ., S . Moniharapon ., J . G . Poluan 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 CITY* *Jurnal EMBA*. 10(4), 422–433.
- Subastian, D. V., Retno p, D. A., Firsas, E., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Celebrity Endorser Raffi Ahmad Terhadap Minat Beli Produk Skincare Ms.Glow. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.24042/revenue.v2i1.7691>
- Sumaa, S., Soegoto, A. S., & Samadi, R. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 304–313.



<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/36229>

Tanzeh, A., & Arikunto, S. (2020). Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 43, 22–34.

↳Cindi, VDMA, Fähling, J., Industry, M., Nielsch, W., Abbildung, D., Turtle, P., Lanza, G. et al., Messe, H., Cases, U., Ar-anwendungen, P., Reality, A., Werkzeug, M., App, D., Vsm, S. I. M., Technologie-Initiative SmartFactory KL e.V., BSI, B. F. S. in der I., Group, S. S., Heller, J., ... Kommission, E. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Minat beli konsumen. In *Bitkom Research* (Vol. 63, Issue 2).