

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I. M. D. (2021). *Metode penelitian pendekatan kuantitatif*.
- Ahyar, A., Kumbara, V. B., & Charly, C. O. (2024). Pengaruh Disiplin Kerja, Keselamatan Kerja Dan Kesehatan Kerja Terhadap Produktivitas Karyawan Pada PT. Teluk Luas Kota Padang. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 154–161.
- Aini Maulida. (2020). *EFEKTIVITAS SELEBRITI DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN PADA IKLAN SHOPEE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNISKA BANJARBARU) MAULIDA AINI*.
- Anwar, S., & Mujito, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 189–202.
- Ardely, V., Alfarisi, M. R., & Nadjwa, A. I. (2024). PENGARUH BEAUTY VLOGGER DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KOSMETIK. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 12. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Ardhianti, D., Kusuma, J., Manajemen,), & Nuswantoro, U. D. (2023). Pengaruh Harga Produk, Kualitas Produk, Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Ulang (Body Scrub Scarlett Di Aplikasi Shopee). *JURNAL MANEKSI*, 12(4), 2023.
- Ardina, S., Abas, E., & Iqbal, R. (2022). MANAJEMEN MARKETING DI PLAY GROUP TKIT ADZAKIA III PADANG TAHUN AKADEMIK 2022/2023. *UNISAN JOURNAL : Jurnal Pendidikan Dan Manajemen Islam*, 00(00), 1–12. <https://journal.an-nur.ac.id/index.php/unisanjournal>
- Arifudin, O., Sofyan, Y., Tanjung, R., & Wahrudin, U. (2020). Pengaruh Penjualan Personal Dan Lokasi Terhadap Volume Penjualan (Survey Pada Dealer Kamera Digital Panasonic Di Kota Bandung). *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(2), 232–241.
- Arissaputra, R. (2024). *PURCHASE INTENTION PRODUK FESYEN LOKAL BERDASARKAN ANALISIS CELEBRITY ENDORSEMENT DAN BRAND IMAGE*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Asir, M., Puspitasari, D., Wahab, A., Abduh Anwar, M., Mere, K., Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Indonesia Makassar, P., Negeri Makassar, U., Muhammadiyah Sidenreng Rappang, U., & Wisnuwardhana, U. (2023). The Effectiveness Of Using Celebrity Endorsers On Consumer Behavior And Product Purchasing Decisions: Literature Review Efektivitas Penggunaan Celebrity Endorser Terhadap Perilaku Konsumen Dan Keputusan Pembelian Produk: Literature Review. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 2). <http://journal.yrpiipku.com/index.php/msej>
- Ayu, D., Pradnyamitha, M., Putri, S., Oka, A. A. N., & Gorda, S. (2024). The Role of Celebrity Endorsement, Brand Image, Customer Review with Emotional Marketing as an Intervening for Noera's Purchase Decision. In *International Journal of Economics Development Research* (Vol. 5, Issue 4).

- Bahrul, G., Rasyad, A., Ikasari, H., & Nuswantoro, D. (2024). Pengaruh Brand Image, Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Pascabayar Indosat Di Semarang. *JURNAL MANEKSI*, 13(2).
- Cahyani, A., & Zahara, Z. (2021). Pengaruh Korean Wave Dan Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Korea. *Jurnal Smart*, 1(1), 20–26.
- Chandra Wiliyanto. (2023). *PENGARUH EMOTIONAL ONLINE REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE SCARLETT WHITENING MELALUI CITRA MEREK (Studi Pengguna Aktif Tiktokshop di Indonesia)*.
- Childers, C. C., Lemon, L. L., & Hoy, M. G. (2019). #Sponsored #Ad: Agency Perspective on Influencer Marketing Campaigns. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 40(3), 258–274. <https://doi.org/10.1080/10641734.2018.1521113>
- Damayanti, R., Husen, Z., & Mesar, Z. S. H. S. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Dengan Electronic Word of Mouth Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Skincare Emina. *Jurnal Mitra Manajemen*, 5(6), 390–398.
- Dewi, N., Pemasaran, A. M., Niaga, A., & Malang, P. N. (2024). PENGARUH BRAND IMAGE DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING BY FELICYA ANGELISTA (Studi Pada Mahasiswa & Mahasiswi Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang). *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 8. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Dewi, R. P., & Fransiska, F. (2023). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Di Restoran Zushioda Cirebon. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 4(3), 781–792.
- Fachreza, K. A., Harvian, M., Zahra, N., Islam, M. I., Daffa, M., & Wardiyah, M. L. (2024). Analisis Komparatif Antara Probability Dan Nonprobability Dalam Penelitian Pemasaran. *Jurnal Pajak Dan Analisis Ekonomi Syariah*, 1(3), 108–120.
- Febria Lina, L., & Permatasari, B. (2020). Kredibilitas Selebriti Mikro pada Niat Beli Produk di Media Sosial. *REVENUE : Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 1(2). <https://doi.org/10.24042/revenue.v1i01.6296>
- Febriani, N. (2021). Efektivitas strategi komunikasi pemasaran celebrity endorsement di Instagram terhadap generasi Z. *S.I.Kom. Universitas Indonesia. Jalan Salemba Raya*, 5(2).
- Gayatri, N., & Widiati, E. (2022). Pengaruh Beauty Vlogger Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 1, 293–302.
- Handriana, V. T., Armandari, M. O., & Ambarwati, N. S. S. (2023). Pengaruh Kredibilitas Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik “S.” *Populer: Jurnal Penelitian Mahasiswa*, 2(1), 181–191.
- Hardaniansah Kefin. (2021). *LAPORAN KERJA PRAKTEK*.
- Hartanto, D., & Yuliani, S. (2019). *Statistik Riset Pendidikan: dilengkapi analisis SPSS*. Cahaya Firdaus.
- Huda, N., Korbaffo, Y. A., & Timo, F. (2021). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Kitab Cetakan Beirut. *Inspirasi Ekonomi*, 3(1), 349935.

- Ilmi, S., Pawenang, S., & Marwati, F. S. (2020). Pengaruh Choi Siwon sebagai brand ambassador, brand image (citra merek) dan cita rasa terhadap keputusan pembelian Mie Korean Spicy Chicken. *Edunomika*, 4(1), 103–113.
- Indrawan, D., Avriyanti, S., & Wirawan, S. (2019). PENGARUH ENDORSER TERHADAP BRAND AWARENESS PRODUK ANTIPOP (STUDI PADA ANTIPOP STORE DI SULINGAN KECAMATAN MURUNG PUDAK KABUPATEN TABALONG). *JAPB*, 2(1), 35–50.
- Jaya, A. H., & Parinding, K. A. (2024). ANALISIS PENGARUH IKLAN DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP PENDAPATAN ONLINE SHOP DI KOTA PALU. *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital*, 2(3), 344–361.
- Kirom, N. R., & Khaerani, S. N. (2023). STRATEGIC SEGMENTATION, MARKET TARGETING AND STRATEGIC POSITIONING PADA USAHA KAIN TENUN DI LOMBOK. *KATA PENGANTAR*, 89.
- Kurniawan, M. Z. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Wilayah Blitar. *Eco-Entrepreneur*, 7(2), 152–164.
- Latranita Nabila. (2022). *PENGARUH KREDIBILITAS CELEBRITY ENDORSER CHOI SIWON TERHADAP MINAT BELI PRODUK MIE SEDAAP KOREAN SPICY SERIES (Studi Eksplanatif pada Followers Akun Instagram Mie Sedaap)*.
- Maharani Desywita Fitriani. (2024). *PENGARUH BEAUTY VLOGGER DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SKINCARE THE ORIGINOTE MELALUI KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PEREMPUAN DI PURWOKERTO)*.
- Malini, H. (2021). The Influence of Beauty Vloggers, Brand Image, and Product Quality on Lipstick Purchase Decisions. *KELUWIH: Jurnal Sosial Dan Humaniora*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:240459332>
- Meilani, R., Ayu, I., & Kartini, N. (2020). *MENGGUNAKAN JASA EKSPEDISI CV. HITAM OREN EXPRESS (HOE) DI SURABAYA* (Vol. 5, Issue JEM17).
- Meilina Arisa. (2021). *ANALISIS PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT DAN BRAND*. <http://repository.uir.ac.id/id/eprint/6016>
- Moses Sumihar Manalu, H., & Thamrin, D. (2024). Licenced by CC BY-SA 4.0 Pengaruh Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Brand Fashion 3second (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 30(8), 30–35. <https://doi.org/10.5281/zenodo>
- Murni Hajjah Chusnul. (2020). *PENGARUH KEPUASAN, KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA ONLINE SHOP DI SHOPEE*.
- Nanda, A., Sri, D., Giningroem, W. P., Navanti, D., Bhayangkara, U., & Raya, J. (2024). Pengaruh Brand image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Pada Warung Makan Ayam Bakar Cak Bodong di Bekasi Timur. In *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management (IJESM)* (Vol. 2, Issue 3).
- Nasution, A. A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Desain Produk, Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Xpander (Studi

- Kasus Pt. Nusantara Berlian Motor Medan). *Jurnal Ilmiah Simantek*, 4(3), 158–166.
- Ndruru, M., Silaban, P. B., Sihalo, J., Manurung, K. M., & Sipahutar, T. T. U. (2020). Pengaruh likuiditas, Leverage, Dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur tahun 2015-2017. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(3), 390–405.
- Nilammadi, W. O. M. (2021). Hubungan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Dan Tokopedia. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 5(1).
- Nisa, K., & Soebiantoro, U. (2023). Beauty Vlogger Review, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lipstick Viva (Studi Kasus Pada Konsumen Kosmetik Viva Di Surabaya). *Jurnal E-Bis*, 7(2), 705–716.
- Nitisara, F. R., Novianto, I., Pamungkas, A., Jasmine, ;, & Pramesthi, A. (2024). PENGARUH PERSUASI RUTE PERIFERAL CELEBRITY ENDORSER BLACKPINK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MERCHENDISE STARBUCKS OLEH KONSUMEN. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial Dan Informasi*, 9(4), 1079–1095. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v9i4.259>
- Nurasm, N., & Andriana, A. N. (2024). Pengaruh Peran Beauty Vlogger, Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific Di Samarinda. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 4901–4920. <https://doi.org/10.37385/msej.v5i2.4776>
- Ohanian, R. (1990). Construction and Validation of a Scale to Measure Celebrity Endorsers' Perceived Expertise, Trustworthiness, and Attractiveness. *Journal of Advertising*, 19(3), 39–52. <https://doi.org/10.1080/00913367.1990.10673191>
- Pradipta BF. (2024). *Analisis Daya Tarik Dan Promosi Terhadap Selebgram Yang Dimoderasi Oleh Konten Marketing*.
- Pratiwi, N. (2024). Pengaruh Atmosfer Restoran, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Harga Produk Sebagai Variabel Intervening Pada Keripik Balado Habi Snack Di Kota Padang. *Journal of Science Education and Management Business*, 3(3), 258–267.
- Pudyaningsih Ratna, Imaduddin Waladi, Mufidah Eva, & Ardiyanti Putri Esthi. (2022). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI.
- 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. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.526>
- Puspitaningrum, S. R., Fadhillah, M., & Maharani, B. D. (2024). Celebrity Endorsement and Beauty Vlogger on Purchase Decisions Mediated by Brand Image. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, 8(1). <https://doi.org/10.30741/adv.v8i1.1285>
- Puspitha, D., Mardjuni, S., & Chahyono, C. (2024). PENGEMBANGAN KOMPETENSI TERHADAP PENINGKATAN KINERJA MELALUI

- EFEKTIFITAS KERJA ASN DI PPSDM REGIONAL MAKASSAR. *Indonesian Journal of Business and Management*, 6(2), 231–245.
- Putri, A., Astuti, W., Solikhah, E. W., & Musa, H. G. (2024). The Influence of Celebrity Endorsement and Hedonic Shopping Motivation on Online Purchasing Decisions in Yogyakarta. *Bulletin of Innovation in Management (BIM)*, 1(1), 7–12. <https://doi.org/10.59247/bim.v2i1.229>
- Putri, W., Putri, W., Harti, H., & Harti, H. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA PRODUK SCARLETT. *Jurnal Dimensi*. <https://doi.org/10.33373/dms.v1i12.4143>
- Rahayu Zahra, S., Angelina Vanessa Nainggolan, G., Nehe, E., Juniardo Tarigan, J., Fernando Situmorang, D., Ignasius Manalu, D., Rizki Afrisa, M., Simamora, J., & Hasahatan Nainggolan, G. (2024). PENGARUH BRAND IMAGE, CITA RASA, PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (JBM)*, 2(2).
- Ramadhani, R., Sudarwati, S., Hamidah, R., & Sulistyowati, A. (2022). PENGARUH INOVASI PRODUK, BRAND IMAGE DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS TERHADAP KONSUMEN SCARLETT WHITENING SURAKARTA). *JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA*, 6, 515. <https://doi.org/10.29040/jie.v6i1.4539>
- Rivita Nadiatul Islamiyah, & Nur Ajizah. (2023). Pengaruh Beauty Vlogger Review, Self Congruity Terhadap Purchase Decision Dan Repurchase Intention Pada Pengguna Scralett Whithening Di Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 1(4), 156–167. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v1i4.200>
- Rohman, I. Z., & Indaryadi, A. I. K. (2020). Pengaruh celebrity endorser, brand image, brand loyalty, dan perceived quality terhadap minat beli konsumen dan dampaknya terhadap intensi rekomendasi. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), 80. <https://doi.org/10.24036/jkmb.10955000>
- Rosita, D. (2021). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa*. www.digimind.id
- S, P. (2024). Celebrity Endorsement and its Influence on Brand Perception and Image. *International Journal of Research Publication and Reviews*, 5(4), 7843–7847. <https://doi.org/10.55248/gengpi.5.0424.10122>
- Sari Novita Nuri, Nasution Nurliana, & Arizal. (2023). *ANALISIS PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT, BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LOKAL SOMETHIC MELALUI BRAND TRUST*.
- Setyani, T. P. H., & Gunadi, I. W. (2020). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian mobil all new Rio KIA Motors Indonesia (Pada PT. Radita Autoprima). *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(1), 92–102.
- SIHOMBING, S. M. (2024). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAS CONSINA PADA MAHASISWA UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN MEDAN*.

- Siregar, W. (2023). Analisis Perilaku Konsumen dalam Transaksi di E-commerce. *Indonesian Journal of Computer Science*, 12(6).
- Sudirman, A., Dewi Ratih, S., Manggabarani, A. S., Supandi Soegoto, A., Ratnasari, K., Burhanudin, J., Nurmala Sari, P., Mardianto, D., Nugroho, H., Meldi Kesuma, T., Arridho Nur Amin, M., Aprica Isabella, A., Maulani Utami, M., & Purnama Sari, E. (2022). *MANAJEMEN PEMASARAN KONTEMPORER*. www.penerbitwidina.com
- Suhardi, D., & Irmayanti, R. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. In *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen* (Vol. 3, Issue 1). <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm>
- Suhartini, M., Khotimah, K., & Hidayat, R. (2020). Persepsi Konsumen dan Pengambilan Keputusan Pembelian Terhadap Produk Sehat Di Asri Organik-Sehat Tambakrejo Jombang. *AGROSAINTIFIKA*, 2(2), 131–146.
- Suriani, N., & Jailani, M. S. (2023a). Konsep populasi dan sampling serta pemilihan partisipan ditinjau dari penelitian ilmiah pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36.
- Suriani, N., & Jailani, M. S. (2023b). Konsep populasi dan sampling serta pemilihan partisipan ditinjau dari penelitian ilmiah pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36.
- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). *Pengaruh bauran promosi dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Maybelline di kota Padang*.
- Utami, L. (2019). *PENGARUH DAYA TARIK, KEAHLIAN DAN KEPERCAYAAN BEAUTY VLOGGER TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK KOSMETIK Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis*.
- Vivian, S. (2020). Pengaruh brand image dan gaya hidup hedonis terhadap keputusan pembelian konsumen generasi Z pada produk Starbuck. *Transaksi*, 12(1), 51–66.
- Wardhana, A. (2022). *Brand Image dan Brand Awareness* (pp. 105–119).
- Widianingsih, A., & Astuti, H. J. (2021). Pengaruh Endorsement Beauty Vlogger, Country Of Origin Dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Mascara Maybelline (Studi pada Mahasiswa di Beberapa Universitas di Purwokerto). *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 1(1), 23–34.
- Yunita, P. (2022). *Pengaruh Brand Image, Daya Tarik Iklan, Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow (Studi Kasus Pada Pelanggan MS Glow Kota Semarang) Effect of Brand Image, Advertising Attractiveness, and Celebrity Endorser To Purchase Decision MS Glow (Study on MS Glow Customers in Semarang City)*.
- Yusra Nurul. (2022). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SECARA ONLINE DI KOTA BANDA ACEH*.