

## DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, RODHY AL. 2017. “Pengaruh Celebrity Endorser Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Pada Men’s Biore Di Bandar Lampung.”

Algamar, Putra. 2017. “No Title” 4 (1): 1–11.

Anggi, Venny Faradika, and Harry Soesanto. 2016. “Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Selebriti Endorser Pada Promo Adaaqua Terhadap Minat Beli AMDK Merek Aqua Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Di Jawa Tengah Dan DIY).” *Diponegoro Journal Of Management* 5 (3): 961–74.

Arianto, Nurmin, and Sabta Ad Difa. 2020. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Nirwana Gemilang Property.” *Jurnal Disrupsi Bisnis* 3 (2): 242–53.

Astuti, Sinta Indi, Septo Pawelas Arso, and Putri Asmita Wigati. 2017. “Analisis Standar Pelayanan.” *Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan Di RSUD Kota Semarang* 3: 103–11.

Citra, Tamara, and Suryono Budi Santoso. 2016. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form Melalui Kepercayaan Merek (Studi Pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang).” *Diponegoro Journal of Management* 5 (2): 158–69.

Dewi, Retry. 2019. “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity

- Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul* 7 (4): 409–23.
- Ecstasia, Brendan, and Ida Maftukhah. 2018. “Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Pada Loyalitas Merek Mie Sedap.” *Management Analysis Journal* 7 (1): 19–20.
- Febriyanti, Suci Rizky. 2016. “PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI Rizky Suci Febriyanti Aniek Wahyuati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia ( STIESIA ) Surabaya” 5: 1–18.
- Firdausi, Magfiroh. 2020. “Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Dengan Brand Credibility Sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus Pada Pengguna Smartphone Oppo Di Kota Malang.” Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- FRANCIS, ABDULLAH THAMRIN DAN TANTRI. 2019. “MANAJEMEN PEMASARAN,” 112–22.
- Halim, Nico Rifanto, and Donant Alananto Iskandar. 2019a. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli.” *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 4 (3): 415–24.
- . 2019b. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli.” *Jurnal Ilmu Dan Riset ...* 4 (3): 415–24.

<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>.

Lustyani, Regita Imelda. 2021. "Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Kue Solo Pluffy Dengan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Intervening." Universitas Muhammadiyah Surakarta.

NATSIR, NURIDA, and S R I ERNAWATI. 2020. "Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pengguna Handphone Oppo Di Kota Bima." *Jurnal Ilmiah Manajemen Emor (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)* 4 (1): 1–15.

Novi Tria Mardalena. A. Rahman Lubis, Sorayanti Utami. 2018. "LUXURI FASHION BRAND DENGAN GENDER SEBAGAI MODERATING PADA PEMASARAN MEDIA SOSIAL DI KOTA BANDA ACEH" 2 (1): 99–114.

Nurlaela, Ela, Oktori Kiswati Z, and Sri Pudjawati. 2019. "Analisis Penggunaan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pengguna Media Sosial Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor." *Jurnal Online Mahasiswa* 4 (2): 1–15.

Primadani, Rispha Dyahayu, Hari Purwanto, and Apriyanti Apriyanti. 2021. "PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI EMPIRIS PADA KONSUMEN BINTANG TOEDJOE MASUK ANGIN DI MADIUN)." In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*. Vol. 3.

- Rohani Siti, Hufron.M, Rizal Mohammad. 2020. “Pengaruh Media Sosial Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Ms Glow Aesthetic Clinic Malang).” *Riset Manajemen*, 48–65.
- Satria, Arief Adi. 2017. “Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36.” *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* 2 (1): 45–53.
- Savitri, Nyoman Wisniari. 2017. “Pengaruh Celebrity Endorser Dan Iklan Melalui Media Televisi Terhadap Minat Beli Pada Tokopedia Di Denpasar.” Udayana University.
- Sella, Anggraini May. 2021. “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK MS GLOW CABANG DI KLATEN.” *Journal Article*, no. juli 2021: 1–36. <https://emea.mitsubishielectric.com/ar/products-solutions/factory-automation/index.html>.
- Sidanti, Heny. 2015. “Pengaruh Lingkungan Kerja, Disiplin Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil Di Sekretariat Dprd Kabupaten Madiun.” *Jurnal JIBEKA* 9: 10.
- Subastian, Dya Viani, Emilia Firsa, and Vicky F Sanjaya. 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.

Suhardi, Dadang, and Rika Irmayanti. 2019. "Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen." *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen* 3 (1): 53.  
<https://doi.org/10.33603/jibm.v3i1.2086>.

Susanti, Desi. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Konsumen Dalam Membeli Produk Tupperware Pada Perumahan Griya Tika Utama Pekanbaru." *Menara Ekonomi* 3 (5): 23–32.

Widiyanto, Subur, Nur Hidayati, and Restu Millaningtyas. 2021. "Pengaruh Celebrity Endorsement, Kualitas Produk Dan Daya Tarik Iklan Di Media You Tube Terhadap Minat Beli (Studi Pada FEB Angkatan 2017 Unisma)." *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 10 (15).