

## DAFTAR PUSTAKA

- Alif Nurfitriah, Vivian Pushein Margaretha Amey, Roby Setiadi, Andi Yulianto, dan Nur Aisyah. “Kepuasan Konsumen, Kualitas Layanan, Celebrity Endorser, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Ulang Pasta Gigi Pepsodent Di Yogya Mall Kabupaten Brebes.” *Jurnal of Management and Social Sciences* 1, no. 4 (2023): 105–24. <https://doi.org/10.59031/jmsc.v1i4.364>.
- Amalia, Putri, dan Vincent Didiek Wiet Aryanto. “Pengaruh Celebrity Endorsement, Online Review Customer Dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Produk Pada Keranjang Kuning Tiktokshop (Studi Kasus Pada Mahasiswa UDINUS Semarang).” *Journal Of Social Science Research* 3, no. 2 (2023): 11190–200.
- Andiyani, Bianka, dan Fikki Laili Arifianto. “Pengaruh Celebrity Endorsment, Pengetahuan Produk, Kemasan produk, dan Perceived Value Terhadap Purchase Intention.” *Solusi: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis* 18, no. 3 (2023): 148–61. <https://bnr.bg/post/101787017/bsp-za-balgaria-e-pod-nomer-1-v-buletinata-za-vota-gerb-s-nomer-2-pp-db-s-nomer-12>.
- Ardiansyah, Muhammad Farid, dan Ajeng Aquinia. “Pengaruh Celebrity endorsement, Brand Image, dan Electronic Word of Mouth Terhadap Purchase Intention (Studi Pada Konsumen Marketplace Tokopedia).” *SEIKO: Journal of Management & Business* 5, no. 1 (2022): 469–77. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2117>.
- Atthiyya Rizky Dhifanto Putri, dan Robertus Basiya. “Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Minat Beli Kembali Dimediasi oleh Brand Trust pada Konsumen E-Commerce Tokopedia.” *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 6 (2024): 4552–67. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.1926>.
- Hijjah, Risalatin, dan Anindya Ardiansari. “Pengaruh Customer Experience dan Customer Value Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction.” *Management Analysis Journal* 4, no. 4 (2015): 281–88. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj>.
- Kinasih, Diah Retno, dan Misti Hariasih. “The Role of Celebrity Endorsers , Brand Image , and Social Media in the Decision to Purchase Cosmetics Products [ Peran Celebrity Endorser , Brand Image , dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik ].” *Departmen of Management UMSIDA*, 2022, 1–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.21070/ups.1635>.
- Manalu, Vigory Gloriman, dan Ilham Akbar. “Analisis Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Minat Pembelian dan Kaitannya dengan Inisiasi

- One Village One Product di Kabupaten Kulingan.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 14, no. 2 (2020): 178–89. <http://www.elsevier.com/locate/scp>.
- Meilani, Silvia, dan Eka Yulianti. “Celebrity Endorsement dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Pada Serum Anti Aging Garnier di Kota Bandung.” *Journal of Management and Bussines* 6, no. 3 (2024): 1392–1400.
- Mustika, Mega Ayu Cahya, Emi Suwarni, dan Defia Riski Anggarini. “Pengaruh Customer Experience Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Mixue Ice Cream and Tea Di Kota Bandar Lampung.” *Jurnal Strategy of Management & Accounting through Research & Technology* 1 (2), no. 2 (2023): 35–46.
- Nisa, Hayatun, dan Jamil Rifani. “Pengaruh Kualitas Produk dan harga Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Implora Lipcream (Studi Kasus Pada Mahasiswa D3 STIA Amuntai).” *Jurnal Administrasi Bisnis* 1, no. 1 (2024): 104–9.
- Pahlevi, Muhammad Kevyn Reza, Yuliniar, dan Pandapotan Simarmata. “Analisis Minat Beli Konsumen Sepatu Reebok.” *PROSIDING BIEMA Business Management, Economic, and Accounting National Seminar* 1, no. 1 (2020): 882–94. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/biema/article/view/941>.
- Purbohastuti, Arum Wahyuni, dan Asmi Ayuning Hidayah. “Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser.” *Jurnal Bisnis Terapan* 4, no. 1 (2020): 37–46. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i3.2528>.
- Ratag, Eliane Yosefina, Antonius Jan Wellyantony Putro, dan Gesti Memarista. “Pengaruh Instagram Sebagai Social Media Advertising Dan Customer Experience Terhadap Purchase Intention Dengan Customer Trust Sebagai Intervening Variable Pada Produk Skincare Innisfree Di Kota Surabaya.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen* 11, no. 2 (2022): 161–73. <https://doi.org/10.33508/jumma.v11i2.4379>.
- Ruslim, Tommy Setiawan, dan Mukti Rahardjo. “Identifikasi Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Segi Harga Dan Kualitas Pada Restoran Abuba Steak Di Greenville.” *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 2, no. 1 (2016): 55. <https://media.neliti.com/media/publications/96569-ID-identifikasi-kepuasan-konsumen-ditinjau.pdf>.
- S. Fauziah, S. Asiyah, dan R. Hardaningtyas. “Pengaruh Celebrity Endorsment, Brand Experience Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow (Studi Kasus Pada Konsumen Ms Glow di Kota Malang).” *e – Jurnal Riset Manajemen* 12. No. 02, no. 02 (2023): 936–45.

- Sampe, Yoel David, dan Marie Tahalele. "Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Vivo Pada Toko Bandung Jaya A.Y Patty Ambon." *Jurnal Administrasi Terapan* 2, no. 1 (2023): 50.
- Santoso, Devita Agustin, Rezi Erdiansyah, dan Muhammad Adi Pribadi. "Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Innisfree." *Prologia* 2, no. 2 (2019): 286. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3589>.
- Shafitri, Muthia, Lina Aryani, dan Nobelson. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Vivo." *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi* 02 (2021): 201–12.
- Sholichah, Laila Fitriyatus, dan Rahayu Mardikaningsih. "Analisis Pengaruh Promosi Digital, Citra Merek, dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Sandal dan Sepatu di Kepuh Kiriman Waru." *Jurnal Investasi Islam* 5, no. 1 (2024): 617–36. <http://117.74.115.107/index.php/jemasi/article/view/537>.
- Sutriani, Resi, Agustina Mutia, dan Neneng Sudharyati. "Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Wanita Muslimah Generasi Z Di Kota Jambi." *Maslahah: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah* 2, no. 2 (2024): 145–60.
- Utami, Pramesty, IBN Udayana, dan Nonik Kusuma Ningrum. "Pengaruh Celebrity Endorsement Bintang Emon dan Social Media Marketing terhadap Purchase Intention Melalui Brand Trust pada Smartphone Samsung." *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 1 (2022): 67–79. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.2531>.
- Wardaya, Eka Prasetya. "Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Dan Customer Trust Pada Pelanggan Bengkel Auto 2000 Di Surabaya." *Petra Business & Management Review* 3, no. 1 (2017): 27–45.
- Widhianingrum, Galuh, dan Ayu Nurafni Octavia. "Pengaruh Celebrity Endorsment, Online Review Customer Dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Produk Shopee." *Jurnal Ilmiah* 03, no. 01 (2024): 135–44.
- Wiratama, Aditya Yoga. "Analisis Pengaruh Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Nike di Kota Semarang." *Skripsi* 1, no. 8 (2014): 1–21.