

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik, Kementerian Perencanaan dan Pembangunan Nasional (2015). *Pertumbuhan Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Jenis Kelamin (2010-2035)* Retrieved from. <https://bps.go.id/>
- Didin Fatihudin, S. E. (2015). *Metode Penelitian: Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*. Zifatama Jawara.
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 3(1), 30-42.
- Febrianto, D. M., & Lutfi, H. (2020). Pengaruh Brand Image Brand Trust Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pt. Pandu Persada Bandung 2020. *eProceedings of Applied Science*, 6(2).
- Hardianawati, H. (2022). Strategi Marketing Melalui Celebrity Endorsement Dan Influencer Marketing. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(2), 865-876.
- Janah, A. M., Aji, A. W., HS, D. K., & Suyatno, A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow Pada Media Sosial Instagram. *Prosiding HUBISINTEK*, 2(1), 766-766.
- Jannah, M., & Ashal, F. F. (2019). Analisis Penerapan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Berbasis Syariah dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen pada Produk Nozy Juice di Kota Banda Aceh. *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 1(1).

- PT Kao Indonesia. (2016, February 16). Retrieved from Solidaritas.Net:
<https://solidaritas.net/pt-kao-indonesia-%E2%80%93-profil-lowongan-kerja-alamatdan-kasus-perburuhan/>
- Raihan, I (2017). *Metode Penelitian*. Jakarta : Universitas Islam Negeri Jakarta
- Randy Nelson. (2016, July). *Celebrity Endorsment in Mobile Apps : Part 2*. Retrieved from <https://sensortower.com/blog/celebrity-endorsement-in-mobile-app-marketing-part-2>
- Rita, R., & Ahimsa, F. (2021). Analisis Pengaruh Social Media Terhadap Brand Attitude yang Memiliki Dampak Terhadap Purchase Intention. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 1(1), 19-28.
- Sabunwala, Z. (2013). Impact of Celebrity Brand Endorsement on Brand Image and Product Purchases. A Study for Pune Region of India. *International Journal of Research in Business Management*. 1(6): h: 37-42.
- Sandi Fatahillah. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Eiger Adventure Di Kota Makassar. 19–21.
- Sari, Y. R., Harliyani, S., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Harga, Brand Image, Dan Celebrity Endorser Enzy Storia Terhadap Minat Beli Produk Erigo. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 3(1). Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. F. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS (JAB)*, 8(1), 44-54.
- Stefany, M. (2022). *Pengaruh Beauty Influencer dan Kualitas produk terhadap*

minat beli pada produk scarlett whitening di media sosial (Doctoral dissertation, Universitas Katolik Musi Charitas Palembang).

Sugiarto, I. (2022). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Penerbit Andi.

Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Rddan*. Alfabeta, Bandung.

Suhardi, D., & Irmayanti, R. (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>

Top Brand Index. (2022). *Top Brand Index Kategori Perawatan Pribadi Pembalut Wanita*. Retrieved from <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>

Wardani, N. K. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Tasya Farsya Terhadap Keputusan Pembelian Makeup. *Commercium*, 2(2).

Wati, E. K. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah Pada Pengguna Media Sosial Instagram. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 3(1), 141-149.

Wardhana, H. W., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Yuliani, Y. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen: Studi Pada E-Commerce Zalora dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(3), 431-446.

Suhardi, D., & Irmayanti, R. (2019). Pengaruh celebrity endorser, citra merek, dan kepercayaan merek terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis*

Dan Manajemen, 3(1), 53-62.

Robby, T. K., Mery, T., & Purbo, J. (2021). Pengaruh Country Of Origin dan Brand Image Terhadap Minat Beli Smartphone OPPO Pada Mahasiswa Universitas Bung Hatta (Doctoral dissertation, Universitas Bung Hatta).

Aprilliana, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Celebrity Endorser, dan Brand Image Terhadap Minat Beli Kosmetik Emina di Kota Palembang (Studi Kasus pada Mahasiswi Multi Data Palembang) (Doctoral dissertation, STIE Multi Data Palembang).