

DAFTAR PUSTAKA

- Arni, P. S., & Nuraini, D. (2022). *Pengaruh celebrity endorser terhadap Keputusan pembelian dengan kepercayaan merek sebagai variabel mediasi pada pelanggan Skincare Ms Glow di Surabaya*. *Insight Management Journal*, 3(1), 22-30.
- Audrey, A.N., & Usman, O. (2021). *Influence Celebrity Endorser, Brand Image, and Brand Trust on Emina's Cosmetics Product Purchase Decisions*. Social Science Research Network.
- Bramantya, Yan B., and I. M. Jatra. (2016). "Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx di Kota Denpasar." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, vol. 5, no. 3.
- Diba, F. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image dan Sertifikasi Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Warga Rw. 001 Kelurahan Jatinegara Kaum, Kecamatan Pulo Gadung)*. *Jurnal Stei Ekonomi*, 8(Xx), 3.
- DJ, Yunni Rusmawati, and Emalia Nova Sustyorini (2022) "Pengaruh Brand Image, Social Media Instagram Dan Beauty Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow Di Kabupaten Lamongan. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 10(2): 1–7.
- Ghozali, Imam. (2018). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas
- Inggasari, S. M., & Hartati, R. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening*. *Cakrawangsa Bisnis*, 3(1), 1–22.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2018. *Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition*. Pearson.
- Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas SamRatulangi)* *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953- 964.
- Maro'ah, A., & Rosyidi, S. (2024). *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow Di Rembang Kota*. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 7(1) 434442.

- Maulidya, S. A. T., & Supriyono, S. (2023). *The Influence of Celebrity Endorsers, Brand Image, And Brand Trust on Purchasing Decision of Wardah Serum Ampoule Products in Surabaya*. International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship (IJE3), 3(2), 377–386.
- Mehek, A. (2020). *Marketing Management: Influences the Business Pattern in an Organization*. International Journal for Research in Applied Science and Engineering Technologi, 8(7),308-311.
- Nelson, R. (2016). *Celebrity Endorsement in Mobile App Marketing: Part 2*. <https://sensortower.com/blog/celebrity-endorsement-in-mobile-app-marketing-part-2>.
- Putra, P. Y., & Ningrum, S. (2019). *The Influence of Celebrity Endorser, Brand Image, and Brand Trust on Consumer Purchasing Decisions of Nike Brand Sports Shoes in Surabaya*. Journal of World Conference (JWC), 1(1), 208–218.
- Rosita, D., & Novitaningtyas, I. (2021). *Pengaruh celebrity endorser dan brand image terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada konsumen mahasiswa*. INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia, 4(4), 494-505.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Bisnis*. alfabeta
- Suryaningsih, I.B., Sularso, A., dan Handriana, T. (2020). *Manajemen Pemasaran Pariwisata dan Indikator Pengukuran*. Penerbit Samudra Biru, Yogyakarta.
- Tabar, F. A., & Farisi, H. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Celebrity Endorser, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik*. Jurnal Manajemen & Bisnis Digital, 2(1), 1-19.
- Website bloombergtechnoz.com “*Kosmetik dan Produk Perawatan diri naik di tahun 2023*”
- Website bps pada laman “*Jumlah Penduduk di Indonesia*”
- Website maybelline, “<https://reviews.femaledaily.com/>”
- Website nusaresearch.net “*Frekuensi Penggunaan Produk Kosmetik*”
- Website compas.co.id “*Top Brand Bedak*”
- Yunita, P., & Indriyatni, L. (2022). *Pengaruh brand image, daya tarik iklan, dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian MS Glow (Studi kasus pada pelanggan MS Glow Kota Semarang)*. In Prosiding Seminar Nasional UNIMUS (Vol.5)