

## DAFTAR PUSTAKA

- Ammah, M., & Sudarwanto, T. (2022). Pengaruh Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Testimoni Pada Klinik Kecantikan Msglow Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1600-1609.
- Daninzia, R., & Samsudin, A. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Testimoni Terhadap Minat Beli Produk Somethinc Di Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 4490-4501.
- Dhaefina, Z., AR, M. N., Pirmansyah, P., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image, dan Testimoni terhadap Minat Beli Konsumen Produk Mie Instan Lemonilo pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 43-48.
- Fadilah, N. (2020). Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syari'ah. *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 1(2), 194-211.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran jasa: Strategi, mengukur kepuasan, dan loyalitas pelanggan.
- Felicia Hanslim, Henri Putra Jaya, Yuliana Riana Prasetyawati. (2020). *The Influence of Perceived Quality on Product Purchase Intention Through Event. Communicare : Journal of Communication Studies. Volume 7 No. 2, December 2020 p. 121 -134P-ISSN: 2089-5739, E-ISSN: 2502-2091*
- Feny, W. R., & Sutedjo, B. (2022). Pengaruh celebrity endorser, citra merek dan kepercayaan merek terhadap minat beli (studi pada konsumen skincare ms glow beautyhome di demak). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 168-181.
- Firli, O. M., Rizal, M., Arifianti, R., & Husna, A. (2021). Pengaruh Selebrity Endorsme, Brand Image, dan Testimoni dalam Meningkatkan Minat Beli Produk (Studi Kasus: Instagram UKM Kylafood). *Bahtera Inovasi*, 4(2), 104-110.

- Ghozali, Imam. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Edisi 10. Cetakan X. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Irnanta, H. (2021). Pengaruh harga, testimonial dan word of mouth (wom) terhadap ketertarikan konsumen pada produk ms glow di Kabupaten Lumajang. *Jurnal Kewirausahaan Bukit Pengharapan*, 1(1), 1-8.
- Khaironi, F. A. (2022). *Pengaruh Citra Merek dan Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Produk Makeup Mustika Ratu Studi Pada Konsumen Wanita di Kota Bogor* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan).
- Kurniawan, C. N. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image dan Testimoni di Instagram terhadap Minat Beli Konsumen. *Management and Accounting Expose*, 3(2).
- Laraswati, C., & Harti, H. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek Dan Etnosentrisme Konsumen Terhadap Minat Pembelian Produk Somethinc. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 12(2), 185-196.
- Lita, R. P., Meuthia, M., Alfian, H., & Dewi, D. S. (2020). Perceived Packaging, Perceived Value, Perceived Quality dan Purchase Intention pada Tenun Kubang di Kabupaten Lima Puluh Kota. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 46-61.
- Muna, N. M. R. U., Suzana, A. J., Urip, C. R., & Pahlevi, A. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Persepsi Harga Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Scarlett Whitening Di Kota Banjarnegara. *Majalah Imiah Manajemen dan Bisnis*, 21(1), 214-224.
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Atmogo, Y. D. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi brand equity: brand trust, brand image, perceived quality, & brand loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471-484.

- Prabowo, F. I., Keke, Y., & Istidjab, B. (2021). Pengaruh strategi pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di pt sarana bandar logistik. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 75-82.
- Putra, E. (2021). Pengaruh Beauty Vlogger Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Kinali. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(02), 459674.
- Rachmaningtyas, P., & Suriyanto, M. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobistek*, 389-396.
- Religia, Y., Sriyanto, A., Hidayat, R. S., & Setyarko, Y. (2022). Pengaruh Brand Image, Electronic Word of Mouth Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Daypack Eiger Di Kota Bekasi. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 11(1), 77.
- Rieska Hanggaraningrum Ermawan, Apri Budiarto, Mukhtar Abdul Kader. (2022). PENGARUH *CELEBRITY ENDORSMENT* DAN TESTIMONI TERHADAP *PURCHASE INTENTION* (Studi pada Konsumen MS Glow Ciamis). *Bussiness Management And Entrepreneurship Journal*. Volume 4 | Nomor 1 | Maret 2022.
- SANTOSO, D., & PRASASTYO, K. W. (2021). Perceived Quality, Brand Awareness, Dan Brand Loyalty Terhadap Overall Brand Equity Pada Konsumen Luwak White Koffie Di Jakarta. *E-Jurnal Manajemen Trisakti School of Management (TSM)*, 1(1), 9-18.
- Sany, E. (2020). Sistem informasi sebagai media promosi dan pemasaran pada CV. Anugrah Sinar Abadi. *FORTECH (Journal of Information Technology)*, 4(1), 20-25.
- Sembada, I. V., Bustam, B., & Hotimah, E. (2022). Pengaruh Promosi dan Testimoni Terhadap Minat Beli Produk Lyfira Hijab Dimediasi oleh Kepercayaan. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 3(01), 21-30.

- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature review keputusan pembelian dan minat beli konsumen pada smartphone: harga dan promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301-313.
- Setyaningsih, E., & Sugiyanto, S. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Produk Deavhijab Fashion. *HUMANIS (Humanities, Management and Science Proceedings)*, 1(2).
- Sunardi, P. N., Sari, P. R., & Cahyani, R. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Kualitas Produk Dan Harga (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 302-315.
- Sugiyono, P. D. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif. Edisi ke-3. Cetakan Ke-4. Bandung: Alfabeta
- 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.
- Tenda, Y. J., Kalangi, J. A., & Mukuan, D. D. (2022). Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kacang Shangrai di UD Virgin Kawangkoan. *Productivity*, 3(3), 279-285.
- Yulia Putri, Ikhbal Akhmad, Intan Diane Binangkit. (2023). PENGARUH *BRAND IMAGE, CELEBRITY ENDORSEMENT, DAN PERCEIVED QUALITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK SKINCARE THE ORIGINOTE Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Tiktok. Prosiding Seminar Nasional Ekonomi, Bisnis & Akuntansi, Volume 3, 2023 Hal. 1097-1111.
- Zahra, K. F., Listyorini, S., & Pinem, R. J. (2021). Pengaruh celebrity endorser, electronic word of mouth, dan harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen koesmetik Wardah di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 965-973.