

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R., Sukmawati, U. S., & Katsirin, K. 2024. *Analisis Data Penelitian Kuantitatif*. Jurnal Pelita Nusantara, 13, 430–448.
- Ardiansyah, M. F., dan J. Khalid. 2022. *Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Angkringan Nineteen*. Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia, 19, 1278–1285.
- Arieantony, T. 2023. *Analisis pengaruh celebrity endorsement terhadap keputusan pembelian*. Jurnal Bisnis dan Manajemen, 91, 34-42.
- Damayanti, R., Husen, Z., & Mesar, Z. S. H. S. 2021. *Pengaruh celebrity endorser terhadap minat beli dengan electronic word of mouth sebagai variabel intervening pada produk skincare Emina*. Jurnal Mitra Manajemen, 56, 390–398.
- Darna, N., & Herlina, E. 2018. *Memilih Metode Penelitian Yang Tepat: Bagi Penelitian Bidang Ilmu Manajemen*. Jurnal Ilmu Manajemen, 51, 287–292
- Darsana, M., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., 2023. *Strategi Pemasaran*. Bali: CV. Intelektual Manifes Media
- Deni, A. S., & Bagus, A. P. 2022. *Pengaruh promosi di media sosial dan word of mouth terhadap keputusan pembelian: Studi kasus pada kedai Bontacos, Jombang*. Jurnal Komunikasi, 61, 1–10.
- Dewi, M. 2023. *Analisis pengaruh viral marketing message, brand ambassador, dan produk bundling terhadap keputusan pembelian konsumen*. EPrint Repository Universitas Pekalongan.
- Dewi, M. 2023. *Analisis pengaruh viral marketing message, brand ambassador, dan produk bundling terhadap keputusan pembelian konsumen Studi kasus di PT. Esa Sagara Autotara Mitsubishi Pekalongan*. EPrint Repository Skripsi Thesis Universitas Pekalongan, 11, 1–.
- Endarwati, E. T., & Ekawarti, Y. 2021. *Efektifitas Penggunaan Sosial Media Tik Tok Sebagai Media Promosi Ditinjau Dari Perspektif Buying Behaviors*. MANDAR: Management Development and Applied Research Journal, 41, 112-120.
- Eni Setyaningsih dan Sugiyanto 2021. *Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat. Beli Produk Deavhijab Fashion”* 1 2: 406–12.

- Ferdinand, A. 2002. *Structural equation modelling dalam penelitian manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- George R. Terry. 2016. *Prinsip-prinsip Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. PT. Bumi Askara. Jakarta.
- Griffin, 2020 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Gunawan, R. 2022. *Dampak endorsement selebriti terhadap brand awareness*. Jurnal Pemasaran Indonesia, 122, 75-83.
- Handra, Z. A. P., & Indrawati. 2023. *The Effect of Social Media Influencer on Purchase Intention with Brand Image and Customer Engagement as Intervening Variables*. Quality – Access to Success, 24192, 163–173.
- Hariyanti, D., Sutrisno, B., & Yulianti, R. 2020. *Pengaruh endorsement dan kualitas produk terhadap minat beli*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 74, 15-24.
- Hermanto, Hermanto, Roky Apriansyah, Khusnul Fikri, dan Albetris Albetris. 32022. “*Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen pada Fotocopy Anugrah Rengat*.” *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 3, no. 2
- Isalman, I., Ilyas, I., Istianandar, F. R., & Sahdarullah, S. 2023. *Peran kredibilitas influencer lokal di Instagram terhadap persepsi kualitas dan minat beli konsumen milenial*. JIMFE: Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi, 91, 91–106.
- Jelita, A. F., & Rimiyati, H. 2021. *Pengaruh kredibilitas influencer pada efektivitas iklan media sosial Instagram dalam membentuk minat beli konsumen Studi pada pengikut Instagram Ayudia Bing Slamet*. Jurnal Fokus Manajemen Bisnis, 111, 22–41.
- Kotler, P. 2018. *Manajemen pemasaran* 15th ed., hlm. 151. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, Y., & Hayuningtias, K. A. 2022. *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Studi kasus pada pengguna produk Wardah kosmetik di Kota Kendal*. Jurnal Media Wahana Ekonomika, 202.
- Lubis, A., Effendi, I., & Rosalina, D. 2023. *Analisis keputusan pembelian berdasarkan efektivitas promosi media sosial*. Insight Management Journal, 33, 217–222.

- Luthfi, F. 2024. *Pengaruh endorsement terhadap perilaku konsumen di era digital*. Jurnal Pemasaran Digital, 51, 50-60.
- Mariana et al. 2019 *Manajemen Teknologi dan Inovasi*. Medan : Cetakan Pertama,. Yayasan Kita Menulis.
- Masing, D., & Widyana, I. G. 2021. *Pengaruh influencer endorsement terhadap minat beli pada produk fashion*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 152, 88-96.
- Mukmin, M. 2020. *Pengaruh endorsement dan brand image terhadap keputusan pembelian*. Jurnal Ilmu Manajemen, 81, 23-30.
- Najiha, N., & Munastiwi, E. 2022. *Pengaruh celebrity endorsement terhadap loyalitas merek dengan minat beli sebagai variabel mediasi*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 103, 110-120.
- Novebri, R., & Fadhilah, S. 2021. *Pengaruh celebrity endorsement terhadap minat beli produk kosmetik*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 52, 45-53. Isi lengkap bisa ditambahkan jika ada
- Pramudita, dan Bela. 2021. *"Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Hand and Body Lotion Vaseline"*. Studi Kasus pada Konsumen Produk Vaseline di Bekasi Utara. Thesis, Universitas Bakrie.
- Prasojo, A. 2020. *Pengaruh electronic word of mouth dan service quality terhadap purchase intention melalui brand image pada usaha batik ningrat Prasojo Kediri* Master's thesis. Universitas Negeri Malang. Repository Universitas Negeri Malang.
- Prastiyani, M., & Suharhartono. 2020. *Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Terhadap Minat Beli Smarthpone Advan Melalui Citra Merek Sebagai Variable Intervrening Di Wilayah Yogyakarta*. Jurnal Riset Manajemen Vol 7, No1.
- Pratama, A., Sutanto, B., & Kurniawan, E. 2021. *Pengaruh social media marketing terhadap keputusan pembelian*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 84, 120-130.
- Puspitaloka, 2023. *Pengenalan Strategi Pemasaran Digital. Pada Pelaku Usaha Tanaman Hias Di Kelurahan Sukamiskin ,Kecamatan. Arcamanik, Kota Bandung"* 04 02: 1-23

- Rahadi, D.R. and Wardiman, C., 2022. *Strategi Pemasaran Umkm di Masa Pandemi Covid-19. Eklektik. Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan. Kewirausahaan*, 51, pp.96 .
- Rahmawati, N. 2024. *Peran influencer dalam meningkatkan loyalitas merek. Jurnal Marketing Strategy*, 71, 45-55.
- Ramadhan, D. A., Fitriah, M., & Sukarelawati, S. 2024. *Site Design dan Interactive melalui Instagram: Studi Kasus pada Usaha Mikro Kecil Menengah Kopi Cimanggu. MAVIS: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 61, 12–19.
- Ramlawati, & Lusyana, E. 2020. *Pengaruh Celebrity Endorsement dan Citra Merek terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Wardah Pada Mahasiswa Hpm Cabang Maiwa Di Makassar. Manajemen Dan Organisasi Review MANOR*, 21, 65–75.
- Reza, F., & Silalahi, I. V. 2022. *Menyelidiki peran dukungan selebriti dan influencer pada kinerja pemasaran dengan media sosial sebagai variabel intervening. ArtComm: Jurnal Komunikasi dan Desain*, 51, 29-38. <https://doi.org/10.37278/artcomm.v5i1.485>
- Reza, F., & Silalahi, I. V. 2022. *Menyelidiki peran dukungan selebriti dan influencer pada kinerja pemasaran dengan media sosial sebagai variabel intervening. ArtComm: Jurnal Komunikasi dan Desain*, 51, 29–38.
- Sahir, S. H. et al. 2021 *Dasar-Dasar Pemasaran*. Medan. Yayasan Kita Menulis.
- Shimp, 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan. Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Simanjuntak, R., Yani, A., & Sumarsid, S. 2023. *Dampak karakteristik influencer digital terhadap niat beli produk fashion. Labs: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 282, 1–13.
- Simanjuntak, R., Yani, A., & Sumarsid, S. 2023. *Dampak karakteristik influencer digital terhadap niat beli produk fashion. Labs: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 282, 1-13. <https://doi.org/10.57134/labs.v28i2.43>
- Simanjuntak, R., Yani, A., & Sumarsid, S. 2023. *Dampak Karakteristik Influencer Digital terhadap Niat Beli Produk Fashion*. Labs: Jurnal Bisnis dan Manajemen, 282, 1–13.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Dan Pengembangan Research Dan. Development*. Bandung : Alfabeta.
- Suprihanto, John. 2014. *Manajemen*. Yogyakarta: Gajah Mada University. Press.

- Suyar, I. 2023. *Pengaruh endorsement terhadap minat beli konsumen* hlm. 98. Yogyakarta: Penerbit XYZ.
- Utami, D. I. 2022. *Pengaruh daya tarik celebrity endorser; kredibilitas celebrity endorser; kreativitas iklan dan kemenarikan pesan iklan terhadap niat beli pengguna e-commerce*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 273, 391–402
- Wabang, S. 2023. *Strategi pemasaran digital dan celebrity endorsement*. *Jurnal Manajemen*, 143, 150-160.
- Wibowo, A., & Hartono, A. 2024. *The influence of influencers on consumer purchase intention on the Instagram social media platform*. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 121, 1469–1480.
- Yana, 2023. *Pengaruh Harga Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific*. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 91212, 505–514.