

DAFTAR PUSTAKA

- Abdila, S. A. P., Salim, M. A. S., & Millaningtyas, R. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pelanggan Produk Camille Beauty (Studi Pada Pelanggan Produk Camille Beauty Di Kota Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 510–518.
- Anas, A. A., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian di Eiger Store Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 953–958.
- Ansori, & Wasiman. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Erha Clinic Batam Dengan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Intervening. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 7(1), 897–906.
- Argyanti, E., Pinandito, A., & Saputra, M. C. (2017). Analisis Pengaruh Iklan TikTok Terhadap Minat Beli pada E-commerce Melalui Penggunaan Influencer, Keyakinan Iklan, Daya Tarik Iklan, dan Relevansi Iklan. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 1(1), 2548–2964.
<http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Umkm Di Jakarta. *Journal of Management Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 15(3), 367–378.
<https://doi.org/10.35508/jom.v15i3.7368>
- Farouq, F., & Rusdi, F. (2023). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Minat

- Beli Konsumen (Studi Kasus Erigo Apparel). *Kiwari*, 2(1), 62–67.
<https://doi.org/10.24912/ki.v2i1.23053>
- Marselina, D., & Siregar, E. H. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Brand Image pada Kosmetik Wardah di Bogor. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 8(1), 15–27. <https://doi.org/10.29244/jmo.v8i1.18598>
- Rachmaningtyas, P., & Suriyanto, M. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobistek*, 11(4), 389–396. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i4.459>
- Silviah, R., & Ali, H. (2024). Pengaruh Celebrity Endorsement , Online Customer Review , dan Minat Pembelian Ulang Terhadap Kepercayaan Konsumen Pada Skincare Scarlett Whitening di Online Shop Tiktok. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(1), 75–86.
- Sugiono, S., Denmar, D., & Hepy, H. (2021). Pengaruh Daya Tarik Iklan Televisi, Literasi Ekonomi, Dan Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Kasus Guru Sma Negeri Kabupaten Musi Banyuasin). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 501–515.
<https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.454>
- Tambunan, S. A., & Parhusip, A. A. (2023). Pengaruh brand image dan celebrity endorser terhadap minat beli produk skincare Ms Glow. *Co-Creation : Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Bisnis*, 1(4), 150–158.
- Utama, L. H. (2020). Peran Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk, dan Harga dalam Memengaruhi Keputusan Pembelian Pembersih Wajah. *Jurnal Ilmu Manajemen(JIM)*, 7(1), 132–139.

<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/30269>

Vilda, S., Maduwinarti, A., & Pujiyanto, A. (2018). Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Produk Pakaian di Pineappleshopy Surabaya
Septiana Vilda, Ayun Maduwinarti, Agung Pujiyanto. *Dinamika Adbis*, 3, 15.