

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, G., Ristanto, H., & . C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *JBE (Jurnal Bingkai Ekonomi)*, 6(1), 58–71. <https://doi.org/10.54066/Jbe.V6i1.99>
- Algiffary, M. A., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Widiyanti, M. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Online Advertising Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia. *AMAR (Andalas Management Review)*, 4(2), 16–31. <https://doi.org/10.25077/Amar.4.2.16-31.2020>
- Ardiyansyah, M, A. M. (2023). No Pengaruh Persepsi Harga Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Pembelian Impulsif Secara Online Di Tiktok Shop Pada Remaja Di Tuban. *Tubantitle*.07(02),1–14. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>
- Azzahra, C. M., Psikologi, J., Islam, U., & Walisongo, N. (2023). Terhadap Pembelian Impulsif Secara Online Di Tiktok Shop Pada Remaja Di Tuban Skripsi Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Psikologi (S . Psi). 1–134.
- Evyanto, W., Batam, U. P., Soeprapto, J. R., Kuning, M., & Batam, K. (2023). Pengaruh Daya Tarik Iklan Melalui Instagram Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Pada Luar Garis Coffee Shop. 23(2), 15–25.
- Fadhillah, F., Riorini, S. V., Sameria, N., & Rihliani, N. (2024). Pengaruh Online Customer Review Dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Di Wilayah DKI Jakarta. 4, 7669–7679.
- Farah Aqiella Sakinatun, & Soepatini. (2023). Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Empiris Pada Konsumen Pengguna Tiktok Shop Di Wilayah Surakarta). *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20(2), 242–254. <https://doi.org/10.31851/Jmwe.V20i2.12056>
- Fitri, S., & Erdiansyah, R. (2022). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan , Kualitas Pesan Iklan , Dan Selebriti Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Uniqlo.

154–162.

- Fortona, D. H., & Aisah, S. (2023). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina Cosmetics Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(25), 237–243. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10420916>
- Geri Mileva. (2024). Everything You Need To Know About Live Shopping On Tiktok. Geri Mileva. <https://influencermarketinghub.com/live-shopping-tiktok/>
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Universitas Diponegoro.
- Hawari, U., Sakti, A. S., & Zachwa, P. N. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Arief Muhammad Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *JURNAL Syntax Imperatif : Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 2(6), 95. <https://doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v2i6.138>
- Hutapea, R. (2023). 1433-Article Text-5782-1-10-20231129.
- Kawilarang, C. G., Tumbuan, W. J. F. ., & Loindong, S. S. . (2022). Analisis Pengaruh Celebirty Endorsement, Beauty Vlogger Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Lokal Somethinc. *Jurnal EMBA*, 10(4), 770–779.
- Kholiq, I., & Sari, D. K. (2021). The Influence Of Viral Marketing, Celebrity Endorser, And Brand Awareness On Purchase Decisions On Make Over Cosmetic Products In Sidoarjo. *Academia Open*, 4, 1–14. <https://doi.org/10.21070/acopen.4.2021.2604>
- Kinanti, S., & SAPUTRA, A. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Di Kota Batam. *Eco-Buss*, 5(3), 880–893. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i3.635>
- Koli, N., & Galih, K. D. A. P. G. (2023). Konten Instagram Dan Daya Tarik Iklan Real Men Nivea Terhadap Minat Beli Produk. *Jurnal IKRAITH-HUMANIORA*, 7(2), 177–187. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/issue/archive>

- Kusumawardani, N., Sapta Putra, S., & Digdowiseiso, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Percetakan (Digital Printing) Di UPRINT.ID. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 4(6), 8818–8825. [Http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej](http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej)
- Luh, N., Aprilia, P., Ngurah, G., Gede, A., Teja Kusuma, E., Cempaka, N. P., & Atmaja, D. (2023). Pengaruh Brand Image, Celebrity Endorse Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Produk Mg Kebaya. *Jurnal EMAS*, 4(11 November 2023), 2624–2638.
- Napitupulu, M. H., & Supriyono, S. (2022). Pengaruh Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Lazada Di Surabaya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 789–800. [Https://Doi.Org/10.47467/Alkharaj.V5i2.1335](https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V5i2.1335)
- Pasetiyo, B., Nujjiya, R. I., & Drajat, I. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Focallure (Studi Pada Grup Telegram Focallure Beauty Talk). *Innovative: Journal Of Social ...*, 3, 7112–7122. [Http://J-Innovative.Org/Index.Php/Innovative/Article/View/4353%0Ahttp://J-Innovative.Org/Index.Php/Innovative/Article/Download/4353/3119](http://J-Innovative.Org/Index.Php/Innovative/Article/View/4353%0Ahttp://J-Innovative.Org/Index.Php/Innovative/Article/Download/4353/3119)
- Rachmaningtyas, P., & Surianto, 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](https://doi.org/10.35134/Ekobistek.V11i4.459)
- Rahmani, R. G., & Bursan, R. (2022). Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10, 51–60. [Https://Doi.Org/10.23960/Jbm.V18i0.408](https://doi.org/10.23960/Jbm.V18i0.408)
- Ramadhanti, R. D., & Samsudin, A. (2024). (7). The Influence Of Celebrity Endorsers, Brand Image And Testimonials On Purchase Intention Somethinc Products In Surabaya. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4890–4901. [Http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej](http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej)

- Rosita, A., Lukitaningsih, A., & Fadhilah, M. (2022). Peran Celebrity Endorse, Citra Merek, Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Niat Beli (Studi Kasus Pada Produk Scarlett). *Jurnal MANAJERIAL*, 21(1), 95–110. <https://doi.org/10.17509/Manajerial.V21i1.47201>
- Salsabila, D. F., Luk, L., & Hidayati, A. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Shopee (Studi Empiris Pada Karyawan Bank Jateng Di Wilayah Kedu). 687–699.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/Psikoborneo.V8i1.4870>
- Sasongko, G. A., & Setyawati, H. A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Daya Tarik Iklan, Dan Product Packaging Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Exclusive Matte Lip Cream. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(4), 488–501. <https://doi.org/10.32639/Jimmba.V4i4.135>
- Soesana, A., Subakti, H., Salamun, S., Tasrim, I. W., Karwanto, K., Falani, I., Bukidz, D. P., & Pasaribu, A. N. (2023). Metodologi Penelitian Kualitatif.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif (1st Ed.). Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2016). Metode Penelitian. <https://doi.org/Alfabeta>, Bandung
- Sugiyono, P. D. (2018). Metode Penelitian Manajemen. Alfabeta.
- Sugiyono, & Susanto, A. (2015). Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel. Alfabeta.
- Suheri, A., Welsa, H., & Kurniawan, I. S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Maskapai Penerbangan Sriwijaya Air. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 5(2), 110–119. <https://doi.org/10.56338/Jks.V5i2.2250>
- Sujarweni, W. (2015). Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi (1st Ed.). PUSTAKABARUPRESS.

- Syafri, N. A., Mustari, Hasan, M., Said, M. I., & Nurdiana. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Brand Image Halal, Celebrity Endoser Dan Tingkat Harga Terhadap Kpeutusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar). *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(02), 389–403.
- Syntha Noviyana, Mella Sri Kencanawati, Reni Anggraini, L. A. I. G. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Celebrity Endorser, Brand Image, Electronic Word Of Mouth, Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 906–912.
- Tri Handayani, N., & Pradana, M. (2023). The Influence Of Brand Ambassador And Advertising Appeal On A Skincare Product Purchase Decision. *WSEAS Transactions On Computer Research*, 11(June 2022), 352–361. <https://doi.org/10.37394/232018.2023.11.32>
- Yulinda Salsabila, A., & Hidayat Nugroho, R. (2022). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kemasan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Tolak Angin Pada Masyarakat Desa Kesamben Kabupaten Tuban. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6), 1942–1957. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V4i6.1463>

/