

DAFTAR PUSTAKA

- Agustino, & Syaifullah. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt Long Time. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 627–636.
- Ahmed, A., Mir, F. A., & Farooq, O. (2012). Effect of celebrity endorsement on customer' buying behavior A perpective from Pakistan. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(5), 584–592.
- Alvionita, S., & Sutedjo, B. (2021). Pengaruh Celebrity endorsement, Brand Image dan Customer Review terhadap Purchase Intention (Studi Pada Konsumen Produk Kecantikan Scarlett Whitening Kabupaten Brebes). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 4(1), 374–385. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i1.1445>
- Aropah, D. Z., Wijayanto, H., & Wahyuningsih, D. W. (2022). Pengaruh E-Wom, Pengetahuan Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Iphone Bekas Bergaransi Ex Internasional Di Ponorogo. *Bussman Journal: Indonesian Journal Of Business And Management*, 2(2), 344–358.
- Aulia, S., & Basar Maringan Hutaaruk. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Garnier (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Pelita Bangsa). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1182–1191. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1242>
- Basyir, A. (2019). Pengaruh Fashion Lifestyle dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Beli (Studi pada konsumen batik tulis Madura Al-Fath KKG Bangkalan). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 7 no 3.
- Bimal, A., Dhanda, S. K., & Nagra, S. (2012). Impact of Celebrity Endorsed Advertisiments on Consumers. *Asia Pacific Journal of Marketing & Management Review.*, 1 no 2, 22–33.
- Durianto, D. (2013). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek* (10th ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Garthwaite, M. N. (2014). Demand Spillovers, Combative Advertising, and Celebrity Endorsement. In *American Economic ournal: Applied Economics* (Vol. 6 no 2).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 Updet PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irvanto, O., & Sujana. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8 (2).

- Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta, Index 2009.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran* (2nd ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). *Manajemen Pemasaran*. British Library.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kusuma, A. M., Hikmah, M. A., & Marom, A. (2020a). Pengaruh Islamic Branding, Kualitas Produk, dan Lifestyle terhadap Minat Pembelian Produk Skincare pada Generasi Millennial di Kabupaten Kudus. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 289. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i2.9165>
- Kusuma, A. M., Hikmah, M. A., & Marom, A. (2020b). Pengaruh Islamic Branding, Kualitas Produk, dan Lifestyle terhadap Minat Pembelian Produk Skincare pada Generasi Millennial di Kabupaten Kudus. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8 no 2, 289–302.
- Langga, L. (2020). Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Semangat Kerja Pegawai Kantor Kesyahbandar dan Otoritas Pelabuhan Kelas II Samarinda. *Jurnal Administrasi Publik*, 3 no 1.
- Limartha, M., & Erdiansyah, R. (2018). Pengaruh Brand Equity dan Product Knowledge Terhadap Minat Beli Konsumen Komunitas Hello Beauty Jakarta pada Produk Wardah. *Prologia*, 2 no 2, 426–433. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3723>
- Magfirah, N., & Aprianti, K. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Lifestyle Terhadap Minat Beli Produk. *JREA: JURNAL RISET EKONOMI DAN AKUNTANSI*, 1, 184–198.
- Magfiroh, I. K., Fauzi, R. U. A., & Setiawan, H. (2023). PENGARUH BRAND AMBASSADOR, ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM), CITRA MEREK, PERSEPSI KONSUMEN, PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINCARE WHITELAB (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Madiun). *SEMINAR INOVASI MANAJEMEN BISNIS DAN AKUNTANSI* 5, 5(September 2023).
- Nguyen, P. V, Hoang, M. P. . Le, & Tran, K. T. (2019). Effects of country of origin, foreign product knowledge and product features on customer purchase intention of imported powder milk. *International Jurnal of Business Inovation and Reseach*, 139–161(2).
- Novianingsih, T., Sagir, J., & Hilmianti. (2023). Pengaruh Variasi Produk dan Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Mahasiswa Universitas Mataram pada Produk Scarlett Whitening. *Jmm Unram*, 12(1), 100–110. <https://doi.org/10.29303/jmm.v12i1.758>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2010). *Customer Behavior And Marketing Strategy* (9th ed.). Mc Grwa Hall.
- Peter, & Olson. (2012). *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. New York:

McGraw-Hill Irwin.

- Putra, A. H. P. M. (2019). Pengaruh Perceived Quality, Harga Dan Lifestyle Terhadap Minat Beli Produk Oldman. *Co. Jurnal Mitra Manajemen*, 3(11), 1038–1054.
- Putri, Sulhaini, & Sakti, D. P. B. (2023). PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN PRODUCT KNOWLEDGE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK VIVA COSMETICS. *URGENTREV Unram Management Review*, 3 no 3.
- Putri, Y., Akhmad, K., & Binangkit, I. D. (2023). PENGARUH BRAND IMAGE , CELEBRITY ENDORSEMENT , DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK N PRODUK SKINCARE THE ORIGINOTE. *SNEBA , Prosiding Seminar Nasional Ekonomi, Bisnis & Akuntansi*, 3, 1097–1111.
- Retno, S., Gunawan, H., Putra, D., Sakti, B., & Mataram, U. (2023). *Pengaruh Online Customer Review Dan Product Knowledge Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Viva*. 50–60.
- Rohman, I. Z., & Indaryadi, A. I. K. (2020). Pengaruh celebrity endorser, brand image, brand loyalty, dan perceived quality terhadap minat beli konsumen dan dampaknya terhadap intensi rekomendasi. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), 80.
- Rumbiati. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Kemudahan Terhadap Minat Beli Mahasiswa dalam Berbelanja Online Rumbiati. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 1, 1.
- Sari, Kusuma, & Atmaja. (2023). Pengaruh Brand Image, Product Quality Dan Lifestyle Terhadap Minat Beli Produk Skin Care Scarlett (Studi Pada Wilayah Kota Denpasar). *Jurnal Emas, Vol.3(9)*, 51–70.
- Sari, N. P., & Sudarwanto, T. (2022). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SKINCARE MS GLOW (Studi Pada Konsumen MS Glow di Jawa Timur). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 1, 25–40.
- Sasetyo, S. ., Nawawi, H., & Rondonuwu, R. (2012). *Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Pembentukan Citra Merek Pepsodent*. 1(1), 1–19.
- Sawlani, D. K. (2021). *Digital Marketing : Brand Images*. Scopindo Media Pustaka.
- Schiffman, & Kanuk. (2015). *Consumer Behavior* (11 th edit). Global Edition.
- Setiadi, J., & Nugroho. (2015). Perilaku konsumen perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen. *Prenada Media Group*.
- Shimp, T. A., & Andrews, C. J. (2013). *Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communications* (Ninth edit). Mason, Ohio: South Western Cengage Learning, 2013.
- Sudaryana, A., Susilowati, F., & Fidriana, A. H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk,

Citra Merek, Kepercayaan Merek, Celebrity Endorser dan Getok Tular terhadap Minat Beli Produk Skincare Merek Ms Glow di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Bisman*, 6, 295–306.

Sugiyono, D. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D/Sugiyono* (15 (2010)). Alfabeta.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Penerbit Andi.

Wenas, R., Tumbel, A., & Parengkuan, V. (2014). Analisis Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head and Shoulders Di Mart Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.

Wilyan, W. A., Said, S., & Najmudin. (2022). Pengaruh Harga dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Safi Skincare Pada Mahasiswa FEB Untirta. *Mdp Student Conference (Msc)*, 239–244.

