

DAFTAR PUSTAKA

- Afianto, T. (2022). Pengaruh *Perceived Quality, Brand Ambassador, Brand Image, Dan Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna *Shopee* Di Kota Palembang (*Doctoral dissertation*, STIE Multi Data Palembang).
- Alfian, B. (2012). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kidjang Inova Pada PT. Hadji Kalla Cabang Polman Makasar. Skripsi Universitas Hasanuddin
- Amanda, S. N. S., Ayuni, A., & Sudrajat, A. (2023). Pengaruh Harga Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(12), 505-514.
- Andriani, Y., & Nuryati, N. (2020). Strategi Meningkatkan Keputusan Pembelian Kartu Perdana Indosat Ooredoo melalui *Marketing Mix dan Brand Image* di Kota Surakarta. *Kelola*, 7 (1), 35-45.
- Andrenata, A., Supeni, R. E., & Rahayu, J. (2022). Pengaruh *Perceived Value, Brand Awareness, Perceived Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone *Xiaomi* Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(4), 813-824.
- Angelia, A., Kasih, Y., & Budi Lestari, R.(2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Penjualan, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Mobilio di *Dealer Honda Union Motor* Palembang.
- Artini, I. R. (2016). Pengaruh celebrity endorser terhadap keputusan pembelian produk shampo kecantikan sunsilk cro-creations pada mahasiswi fakultas ekonomi universitas islam indonesia di yogyakarta.
- Astika, SN, & Nurfebiaraning, S. (2022). Pengaruh penggunaan *brand ambassador 'stray kids'* pada iklan *Shopee 12.12 birthday sale dan brand image Shopee* terhadap *brand loyalty*. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 8 (4), 1134-1143
- Budiwati, M., & Samuel, H. (2015). Pengaruh Penerapan CSR Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Image dan Customer Satisfaction Pada Produk Komedika. *Petra Business and Management Review*, 1(2).
- Dedhy. 2017. Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Motor. Vol 14, No 1.

- Devi, M. C., & Yulianthini, N. N. (2024). Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 108-117.
- Durianto, D. (2011). Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas & Perilaku Merek (XX ed.). PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto, e. a. (2003). Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Edwin Zusrony, S. M., & MM, M. (2019). Perilaku Konsumen Di Era Modern.
- Fauziah, D. N., & Wulandari, D. A. N. (2018). Pengukuran kualitas layanan bukalapak. com terhadap kepuasan konsumen dengan metode webqual 4.0. *JITK (Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer)*, 3(2), 173-180.
- Galuh, S. N. (2023). Pengaruh *Islamicity Performance Index* Dan *Operating Efficiency Ratio* Terhadap *Profitabilitas* Perbankan Syariah Dengan *Intellectual Capital* Sebagai Variabel Moderasi Periode 2016-2020 (*Doctoral Dissertation*, Uin Raden Intan Lampung).
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS. 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, M., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2025). EFEKTIVITAS CELEBRITY ENDORSEMENT & PERCEIVED QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE THE ORIGINOTE PADA MARKETPLACE SHOPEE. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(2), 1279-1294.
- Ikhsan, A. (2022). Pengembangan Potensi Desa Cihikeu Sebagai Desa Wisata Di Kabupaten Garut (*Doctoral Dissertation*, Poltekpar Nhi Bandung).
- Imawan, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Don Pablo Abon Mix. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 6(4), 312-320.
- Ismail Nurdin, dan Hartati, Sri. (2019). *Metodologi Penelitian sosial*. Surabaya : Media Sahabat Cendikia.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management : Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (4th ed.).

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Marketing Management* 14th.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsipPemasaran*. Edisi13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Kotler, Philip, Keller, Kevin L., Ancarani, Fabio, & Costabile, Michele. (2014). *Manajemen pemasaran 14/e* . Pearson.
- Lee, H. M., Lee, C. C., & Wu, C. C. (2011). *Brand image strategy affects brand equity after M&A. European journal of marketing*, 45(7/8), 1091-1111.
- Lee, HM, Lee, CC, & Wu, CC (2011). Strategi citra merek memengaruhi ekuitas merek setelah M&A. *Jurnal pemasaran Eropa* , 45 (7/8), 1091-1111.
- Maindoka, LF, Tumbel, A., & Rondonuwu, C. (2018). Analisis pengaruh citra merek, harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian mobil Nissan Grand Livina pada Pt. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* , 6 (3).
- Maindoka, LF, Tumbel, A., & Rondonuwu, C. (2018). Analisis pengaruh citra merek, harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian mobil Nissan Grand Livina pada Pt. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* , 6 (3).
- Ngafifaturrohmah, N. (2023). Pengaruh *Brand Image, Perceived Quality* dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Body Serum Herborist Di Aplikasi Tiktok (*Doctoral dissertation*, Universitas Putra Bangsa).
- Ngafifaturrohmah, N. (2023). Pengaruh *Brand Image, Perceived Quality* dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Body Serum Herborist Di Aplikasi Tiktok (*Disertasi Doktor*, Universitas Putra Bangsa).
- Ngafifaturrohmah, N. (2023). Pengaruh *Brand Image, Perceived Quality* dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Body Serum Herborist Di Aplikasi Tiktok (*Disertasi Doktor*, Universitas Putra Bangsa).
- Ngafifaturrohmah, N. (2023). Pengaruh *Brand Image, Perceived Quality* dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian *Body Serum Herborist* Di Aplikasi Tiktok (*Doctoral dissertation*, Universitas Putra Bangsa).
- Nurani, V. P. C., & Suwitho, S. (2018). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Garuda Indonesia. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(7).
- Nurunisa, A., Yusnita, R. T., & Asyiah, A. K. (2023). *The Influence Of Location Promotion And Service Quality On Purchase Decisions (Survey Of Consumers At Anna Putra Store, Pasar Cikurubuk Tasikmalaya)*. *Journal of Indonesian Management*, 3(3), 371-382.

- Penny Rahmawati. (2014). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sari Roti. *Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta Abstrak*, 82–89.
- Perdana, R. K. (2010). Pengaruh citra merek, perceived quality dan iklan terhadap keputusan pembelian shampoo merek Lifebouy (studi pada pengguna shampoo Lifebouy di Kota Surakarta).
- Putri, N. R. L. (2022). Pengaruh Pembelajaran Matematika Realistik Terhadap Kemampuan Berpikir Matematis Siswa Sd Kelas Iv (*Doctoral Dissertation*, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)
- Putri, Y., Akhmad, I., & Binangkit, I. D. (2023, October). Pengaruh Brand Image, Celebrity Endorsement, Dan Perceived Quality Terhadap Purchase Intention Produk Skincare The Originote (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Tiktok). In *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi, Bisnis & Akuntansi* (Vol. 3, pp. 1097-1111).
- Rahmawati, NA, Permana, AE, Reyhan, AM, & Rafli, H. (2021). Analisa transaksi belanja online pada masa pandemi COVID-19. *Jurnal Teknoinfo*, 15 (1), 32-37.
- Ramadhani, M., & Ms, W. (2015). Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha New V-Ixion Di Kota Bukittinggi (Disertasi Doktor, UPT. Perpustakaan Unand).
- Ramadhanty, V. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Kualitas Produk Dan *Celebrity Endorser* Dalam Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow (*Doctoral dissertation*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia).
- Rosefira, BN (2023). Analisis Pengaruh Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Penumpang di Bandar Udara Tjilik Riwut Palangkaraya. Reslaj: *Jurnal Sosial Pendidikan Agama Laa Roiba*, 5 (1), 220-235.
- Sakinatun, F. A. (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.
- Santosa, D. L. (2021). Pengaruh insentif dan komitmen organisasi terhadap kinerja driver Gojek di Kawasan Stasiun Juanda, Jakarta Pusat/Daniel Leon Santosa/27160001/Pembimbing: Ponco Priyantono.

- Sari, M. F. (2020). Mahasiswa sebagai digital native yang menggunakan media sosial tiktok menjadi gaya hidup (*Doctoral dissertation*, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Sidharta, C. (2014). Penggunaan Anggun C. Sasmi sebagai Celebrity Endorser dalam iklan Pantene versi “Bersinarlah Bersama Anggun”. *Jurnal E-Komunikasi*, 2(3).
- Subastian, D. V., Palupi, D. A. R., & Firsia, E. (2021). Pengaruh harga, kualitas produk dan celebrity endorser raffi ahmad terhadap minat beli produk skincare MS. Glow. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(1), 1-10.
- Sugeng, B. (2020). *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (eksplanatif)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta
- Sugiyono, P. D. (2010). *Metode Peneliiian. Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta
- Suryajaya, I., & Sienatra, K. B. (2020). Kualitas produk dan persepsi harga ditinjau dampaknya terhadap keputusan pembelian produk WEAR IT. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 5(3), 176-184.
- Suryajaya, I., & Sienatra, K. B. (2020). Kualitas produk dan persepsi harga ditinjau dampaknya terhadap keputusan pembelian produk WEAR IT. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 5(3), 176-184.
- Susanto, A. A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Ayam Gepuk Pak Gembus Wotgandul Semarang) (*Doctoral dissertation*, Unika Soegijapranata Semarang).
- Setiyanti, S., & Ansori, M. I. (2024). Pengaruh brand image dan harga terhadap keputusan pembelian produk skincare the originote. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(2), 211-226.
- TikTok, Aplikasi yang Paling Banyak Diunduh pada 2021.(2022). <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/8e973431496e2e0/tiktok-aplikasi-yang-paling-banyak-diunduh-pada-2021> . Diakses pada 28 September 2024
- Ulfa, R.(2021). Variabel penelitian dalam penelitian pendidikan. *Al-Fathonah*, 1(1), 342-351.
- Widianingsih, A., & Astuti, H. J. (2021). Pengaruh Endorsement Beauty Vlogger, Country Of Origin Dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Mascara Maybelline (Studi pada Mahasiswa di Beberapa

- Universitas di Purwokerto). *Master: Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan*, 1(1), 23-34.
- Widiarty, WS (2024). Politik Hukum Perdagangan Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Sarana Media Promosi Produk UMKM Di Indonesia. *Inovatif: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial* , 4 (2), 7441-7453.
- Widiya, T., Mulyadi, D., & Sungkono, S. (2024). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP Setiyanti, S., & Ansori, M. I. (2024). Pengaruh brand image dan harga terhadap keputusan pembelian produk skincare the originote. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(2), 211-226.
- Widoyoko, E.P. (2012). Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.
- Yudiaatmaja, F. (2013). *Analisis Regresi dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik*. Gramedia Pustaka Utama.
- Zahra, Hmar, Kanto, Ds, & Bastaman, A. (2023). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Gaya Hidup Dan Endorser Selebriti Terhadap Keputusan Penggunaan Platform Kredit Digital Kredivo Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi* , 12 (04), 830-838.

