

DAFTAR PUSTAKA

- Ad-Durunnafis, A. Q, & Firdaus, T. R. (2023). Analisis Pengaruh *Brand image* dan *Celebrity endorsment* Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Sepeda Motor Kiliran Jao Kabupaten. *Matua Jurnal*, 5(1), 1-14.
- Alfifto, A, Siringoringo, A, & Hasman, H. C. P. (2022). *Viral marketing*, Celebrity Endorsement dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)*, 2(1), 1-9.
- 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.
- As'ary, G, Hidayati, N, & Rahman, F. (2022). Pengaruh *Viral marketing*, *Brand image* Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Malang. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(09).
- Dirwan, D, & Firman, A. (2023). The Impact of *Brand image* and *Product quality* on Purchasing Decisions. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1), 266-277.
- Fajriyah, A, & Karnowati, N. B. (2023). Pengaruh *Viral marketing*, Electronic Word Of Mouth, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian di Bangi Cafe Cilacap. In *Prosiding University Research Colloquium* (pp. 98-112).
- Fauzia, S. A. P, Asiyah, S, & Hardaningtyas, R. T. (2023). Pengaruh *Celebrity endorsment*, Brand Experience Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow (Studi Pada Pada Konsumen Ms Glow di Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Ganisasmara, N. S, & Mani, L. (2020). The Effect of Celebrity Endorsement, Review, and *Viral marketing* on Purchase Decision of X Cosmetics. *Solid State Technology*, 63(5), 9679-9697.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasanah, A, Setyowati, T, & Nursaidah, N. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, *Brand image* dan *Product quality* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare MS Glow di Kabupaten Jember. *Growth*, 21(1), 12-25.
- Katiandagho, N. J, & Hidayatullah, S. (2023). Pengaruh *Viral marketing*, Celebrity Endorser, Harga, dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna TikTok Shop. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 9(1), 13-27.

- Kawilarang, C. G, Tumbuan, W. J, & Loindong, S. S. (2022). Analisis Pengaruh *Celebrity endorsment*, Beauty Vlogger dan *Brand image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Lokal Somethinc. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 770-779.
- Kolinug, M. S, Mananeke, L, & Tampenawas, J. (2022). Pengaruh brand ambassador dan *Brand image* terhadap keputusan pembelian kosmetik Revlon (Studi Pada pada mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), 101-111.
- Kotler, P, & Armstrong, G. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*. Penerbit ANDI.
- Kuhu, T. T, Tumbel, A. L, & Wenas, R. S. (2019). Pengaruh *Viral marketing*, celebrity endorser, dan brand trust terhadap keputusan pembelian di Sang Pisang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Latifah, S, Komariah, K, & Z, F. M. (2022). The Influence Of Celebrity Endorsement And *Viral marketing* On Purchase Decition Process (Marketing Research Of MS Glow Product On Instagram Followers Of @Tunis.Store). Dalam *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 3, Nomor 4). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Liyono, A. (2022). Pengaruh *Brand image*, Electronic Word of Mouth (E-Wom) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Galon Crystalline Pada Pt. Pancaran Kasih Abadi. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 73-91.
- Lohonusa, A. I, & Mandagie, Y. (2021). Analisis Pengaruh *Brand image*, Brand Trust Dan *Viral marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu “Converse” Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(4), 511-520.
- Madjid, C. N. I. F, & Hermawan, A. (2022). The Influence of *Viral marketing* and *Brand image* on Purchase Decisions through E-Trust: Study on Avoskin Skincare Customers. *International journal of economics, management, business, and social science (ijembis)*, 2(2), 315-321.
- Rufial Danil, R. (2022). Pengaruh *Product quality*, Persepsi Harga, dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Skincare (produk serum) di PT. AVO Innovation Technology (Avoskin)(Survey pada Mahsiswa FEB UPI YAI). *JURNAL IKRAITH-EKONOMIKA Vol 5 No 3 Nov 2022*, 5(03).

- Mandira, I. M. C, & Arnata, I. P. G. W. P. (2023). Pengaruh Viral Maketing, Celebrity Endorsement, Dan *Brand image* Terhadap Keputusan Pembelian Reksadana Pada Aplikasi Bibit. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12 No. 1 Maret 2023, 95–108.
- Manggalania, L. K, & Soesanto, H. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsement, Country of Origin dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 10(6).
- Matheos, M. I, Soepeno, D, & Raintung, M. C. (2022). Pengaruh *Product quality*, Harga Dan Celebrity endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 973-983.
- Ngesti, A. N. (2021). Pengaruh Harga dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over di Kota Yogyakarta. *Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi*, 18(1), 77-84.
- Nggilu, M, Tumbel, A, & Djemly, W. (2019). Pengaruh *Viral marketing*, Celebrity endorser, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Pamungkas, D, Fatimah, F, & Wibowo, Y. G. (2023). Pengaruh Harga, *Product quality*, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Ertiga Di Deller Suzuki Jember. *RELASI: JURNAL EKONOMI*, 19(1), 55-68.
- Parmariza, Y. (2019). Pengaruh Celebrity endorser, Kualitas Informasi, *Viral marketing* dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Instagram. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 5(3), 192.
- Paturrahman, P, Maszudi, E, Hamid, R. S, Dewintari, P, & Azzahra, W. (2023). Pengaruh *Viral marketing* Online Consumer Reviews Dan Etika Konsumsi Islam Terhadap Keputusan Pembelian Di Instagram. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(2), 1337-1347.
- Peter & Olson. (2018). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Salemba Empat.
- PH, N. T, & Yulianto, A. E. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser, *Brand image* dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlet Whitening (Studi Pada Konsumen Mahasiswi Stiesia Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 12(4).

- Prabowo, R. E, Indriyaningrum, K, & Setyani, A. D. (2020). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan *Product quality* Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olah Raga Merek Adidas (Studi Di Kota Semarang). *Solusi*, 18(4).
- Pratiwi, C. S, & Sidi, A. P. (2022). Pengaruh *Product quality*, Harga Dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Body Whitening. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 18(1), 192-204.
- Rachmawati, A, Kana, A. A, & Anggarini, Y. (2021). Pengaruh Harga, *Product quality*, dan Gaya Hidup terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Hijab di Nadiraa Hijab Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(2).
- Rahmani, R. G. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Somethinc by Irene Ursula)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS LAMPUNG).
- Ramadhani, H, & Anggrainie, N. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Brand Equity, *Viral marketing*, Brand Ambassador, Review Produk, dan Customer Relationship, Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific di Tiktok Shop. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(4), 703-717.
- Rimbasari, A, Widjayanti, R. E, & Thahira, A. (2023). Pengaruh *Viral marketing* dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian di Platform TikTok. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 6(2), 457-466.
- Salsabillah, M. F, Syarief, N, & Nastiti, H. (2021, August). Pengaruh Celebrity Endorsement, *Product quality*, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Biarnyaman. In *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)* (Vol. 2, pp. 168-187).
- Sari, N, & Sitompul, S. S. (2023). The Effect Of Celebrity endorser, *Product quality*, Packaging And Product Knowledge On Purchase Decisions Of Skintific Product On Pelita Indonesia Students In Pekanbaru. *Jurnal BANSI-Jurnal Bisnis Manajemen Akutansi*, 3(1), 1-14.
- Schiffman, Leon, & Kanuk, L. L. (2000). *Perilaku Konsumen* (7 ed.). Jakarta: PT. Indeks.
- Sondakh, N. D, Tumbel, A. L, & Djemly, W. (2022). Pengaruh *Viral marketing*, *Brand image* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kokumi Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 479-489.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Suryahadi, M, Mulyana, H. D, Abdullah, Y, & Mandira, I. M. C. (2022). Pengaruh Celebrity Endorsement, Price, Digital Marketing, *Brand image* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Umkm Ekonomi Kreatif Subsektor Fashion Di Tasikmalaya). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 125-141.

Tonda, F, & Tyas, T. S. N. (2022). Literature Review Determinasi Perilaku Konsumen: Kebudayaan, Sosial Dan Pribadi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 509-519.

Utami, A. T, & Ellyawati, J. (2021). Peran citra merek, Celebrity endorser, *product quality* dalam keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(1), 140-150.

Vivian, S. (2020). Pengaruh *Brand image* dan gaya hidup hedonis terhadap keputusan pembelian konsumen generasi Z pada produk Starbuck. *TRANSAKSI*, 12(1), 51-66.

Widodasih, R. W. K, Wirastomo, J. T, & BR, K. S. (2023). Pengaruh Testimoni , Social Media dan *Celebrity endorsment* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *JURNAL ILMIAH GLOBAL EDUCATION*, 4(2), 1160-1166.

Wijayanto, D. B, Fadhilah, M, & Cahyani, P. D. (2023). Pengaruh *Product quality*, Product Design, dan *Celebrity endorsment* terhadap Purchase Decision Motor Matic Honda Vario 150cc di Yogyakarta. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(5), 2071-2080.

Winasis, C. L. R, Widiанти, H. S, & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi dan *Product quality* (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 399-410.

Sumber website

<https://compas.co.id/article/top-5-brand-perawatan-wajah/> (diakses 29 September 2023)

<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/0> (diakses 30 September 2023)

<https://mashmoshem.co.id/> (diakses 1 Oktober 2023)

<https://registrasi.unsoed.ac.id/statistik/>, (diakses 27 Oktober 2023)

<https://baa.ump.ac.id/statistik/mahasiswa>, (diakses 27 Oktober 2023)

<https://uinsaizu.ac.id/>, (diakses 27 Oktober 2023)

