

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Julita Sari. (2022). Brand Image Aditya Julita Sari. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4 (2).
- Anas, A. A., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Di Eiger Store Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 8. www.kapanlagi.com
- Antonio Eli Lomi Nyoko, & Anthonia Debora Dila Samuel. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Di Media Sosial Facebook Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pelanggan Muca Cafe Kupang). *Journal Of Management*, 14 No 1, 63–76.
- Arif, M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth (Ewom) Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Online. In *Sintesa Cered Seminar Nasional Teknologi Edukasi Dan Humaniora* (Vol. 2021). *Celebrity Endorser Gusti Ayu 2021*. (N.D.).
- Effendi, S., Faruqi, F., Mustika, M., Salim, R., Tinggi, S., Ekonomi, I., Jakarta, I., Kayu, J., Raya, J., 11a, N., & Timur, J. (2020). Electronic Word Of Mouth Dan Hedonic Shopping Mot. In *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen* (Vol. 17, Issue 02). www.databoks.katadata.co.id
- Ewom Iman Prayoga* (2020). (N.D.).
- Febriani Reni. (2020). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser/Brand Ambassador, Harga Dan Desain Produk Yang Dimediasi Oleh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop Shopee. *Jurnal Pendidikan, Akuntansi Dan Keuangan*, 3 No 1(2623–0763), 91–110.
- Ferdiana Fasha, A., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 2022. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Fiani S, M. (2012). Analisa Pengaruh Food Quality Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's Di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol 1(1)*.
- Gusmawati Tammu, R., & Palimbong, S. M. (N.D.). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Gaya Hidup Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembeli Online Melalui Shopee. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 2022. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Herwati. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Azarine Cosmetic. *Journal On Education*, 05(E-Issn: 2654-5497, P-Issn: 2655-1365), 4170–4178.

- I. Ghozali. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss*, 25.
- Ika Wahyuningtyas, G., Aquina, A., Studi Manajemen, P., Ekonomika Dan Bisnis, F., & Stikubank Semarang Abstract, U. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Produk Kecantikan Somethinc. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Mei, 2023(9), 510–518. <https://doi.org/10.5281/zenodo.796915>
- Illham Dwi Nugroho, S. S. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Busana Muslim Merek Maliqa). *Jurnal Indonesia Membangun*, 20 (1).
- J. Olson. (2017). Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran . In *Consumer Behavior & Marketing Strategy* (Edisi Kese, P. 258). Salemba Empat .
- Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., Walangitan, O., Studi, P., Bisnis, A., Ilmu, J., Fakultas, A., Sosial, I., Politik, D., Sam, U., & Manado, R. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1).
- Kawilarang, C. G., & Tumbuan, W. J. F. A. (2022). Analysis Of The Effect Of Celebrity Endorsement, Beauty Vlogger And Brand Image On Purchase Decisions On Somethinc Local Skincare Products. *Loindong 770 Jurnal Emba*, 10, 770–779.
- Lestari, M. (2021). The Influence Of Celebrity Endorser And Online Promotion On Purchase Decision Through Brand Image Article Information. In *Management Analysis Journal*. <http://maj.unnes.ac.id>
- Meiliana Rahmah, R., & Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, U. (2022a). The Effect Of Electronic Word Of Mouth And Brand Image On Purchase Decision Of Sariayu Face Mask Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah Sariayu. In *Management Studies And Entrepreneurship Journal* (Vol. 3, Issue 4). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Munawaroh, L., Wijyantini, B., & Setianingsih, W. E. (2022). Celebrity Endorser, E-Wom Dan Harga Yang Kompetitif Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Budgeting : Journal Of Business, Management And Accounting*, 3(2), 374–388. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v3i2.3962>
- Niken Pratiwi. (2023). Pengaruh Brand Image, Celebrity Endorser Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Skincare Somethinc Melalui Marketplace Shopee Di Kota Madiun. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 5, E-Issn: 2686-1771*.
- Novianti, T. A. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pixy*. www.femindonesia.com

- Nurdiani, N. (2014). *Teknik Sampling Snowball Dalam Penelitian Lapangan* (Vol. 5, Issue 2).
- Nurjanah, P., & El Ikhsan, N. (2022). Pengaruh Fanatisme Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Kpop (Studi Kasus Pada Komunitas Penggemar Grup Kpop Svt Di Dki Jakarta). In *449 / Jurnal Administrasi Bisnis* (Vol. 2, Issue 3). [Http://Ojs.Stiami.Ac.Id/Index.Php/Jambis](http://Ojs.Stiami.Ac.Id/Index.Php/Jambis)
- P. Kotler, K. K. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 Dan 2*. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Pemasaran, A. B. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga Di Kota Lhoksumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(2).
- Pratiwi Niken. (2023). Pengaruh Brand Image, Celebrity Endorser Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Skincare Somethinc Melalui Marketplace Shopee Di Kota Madiun. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (Simba) 5, E-Issn: 2686-1771*.
- Putu Sandra Septiawan, I., & Dinda Shabira, G. (2023). *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi Analisis Positioning Skincare Lokal Di Jakarta*. 20, 2. <https://Journal.Uniku.Ac.Id/Index.Php/Equilibrium>
- Ramadhani, I., & Samofa Nadya, P. (N.D.). *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (Knema) Journal Homepage Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Fesyen Muslim Hijup*.
- Riyanto, M., Insan Al Arif, F., Dwi Astuti, Ah, & Farouk, U. (2023). *Asian Journal Of Management Entrepreneurship And Social Science The Influence Of Consumer Psychology And Electronic Word Of Mouth On Purchase Decisions Of Elden Ring Steam Video Games In Indonesia*. <https://Ajmesc.Com/Index.Php/Ajmesc>
- Rizki Saputri, M., & Vitria, A. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador Nct Dream Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Somethinc (Studi Pada Pengikut Akun Instagram @Nctzen_Kalsel)*.
- Santi, R., Hutagaol, R., & Safrin, F. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening. *Josr: Journal Of Social Research Juni*, 7, 761–772. [Http://Https://Ijsr.Internationaljournallabs.Com/Index.Php/Ijsrhttp://Ijsr.Internationaljournallabs.Com/Index.Php/Ijsr](http://Https://Ijsr.Internationaljournallabs.Com/Index.Php/Ijsrhttp://Ijsr.Internationaljournallabs.Com/Index.Php/Ijsr)
- Sciffman, L. G. K. L. L. (2008). *Perilaku Konsumen/ Leon G. Schiffman, Leslie Lazar Kanuk*. 521–522.
- Shanfi Maylita Inggasari. (2022). *Celebrity Endorser Tidak Berpengaruh (Shanfi Maylita 2022)*. 3.

- Sihombing, D. A., D Massie, J. D., C Pandowo, M. H., Arabella Sihombing, D., D Massie, J. D., & C Pandowo, M. H. (2022). *The Influence Of Brand Image And Service Quality On Purchase Decisions At J&T Express Services During The Covid-19 Pandemic*. 10(1), 1794–1802.
- Sugiyono, D. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.
- Tri Fatmawati, L., & Kartika Sari, A. (2022). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Kosmetik Skincare Primaderma Dan Rd Glowskin*.
- Ula Ananta Fauzi, R., Esmike, M., Rahayu Ardiningrum Program Studi Manajemen, A., & Ekonomi Dan Bisnis, F. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc*. 14(1).
- Yeni, *, Ningsih, K., Pembelian, K., Konsumen, D. K., Pembelian, P., Somethinc, P., Kabupaten, D., Yeni, P., & Murtadlo, K. (2023). Oktober 2023 E-Issn: 2988-5000. *Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(5), 189–201. <https://doi.org/10.61132/Maeswara.V1i5.194>
- Yulindasari, E. R., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Di Shopee. *Journal Of Islamic Economics And Finance Studies*, 3(1), 55. <https://doi.org/10.47700/Jiefes.V3i1.4293>