

DAFTAR PUSTAKA

- Acep, Samsudin et al. "Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 4.5 (2023): 1171-1180.
- Anjani, Elvina Recha, and Virgo Simamora. "Pengaruh Influencer, Harga Dan Kualitas Produk Skincare Scarlett Whitening Terhadap Keputusan Pembeli Generasi Z, DKI Jakarta." *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)* 6.3 (2022): 1293-1308.
- Amrullah, M. F. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Electronic Word of Mouth terhadap Pembelian Pada Pengguna E-Commerce Shopee di Indonesia. *Alexandria (Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship)*, 2(1), 1-5.
- Ardianti, Citra, Abdul Salam, and Hanifa Sri Nuryani. "Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Di Instagram (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa Angkatan Tahun 2016 Sampai Dengan Tahun 2018)." *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 3.2 (2020).
- Bahri, Syaiful. 2018. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta Indonesia
- Cholifah, Nike., et.al. 2016. 'Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Image'. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.36, 170-177.
- Farzin, M., & Fattahi, M. (2018). eWOM through social networking sites and impact on purchase intention and brand image in Iran. *Journal of Advances in Management Research*, 15(2), 161-183.
- Febrina Z, Feby. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus Pada Mahasiswa (i) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin dalam Perspektif Ekonomi Islam. Diss. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2018.
- Hair JR, Joseph F, (2010) *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition,

- Handayani, S., & Ambardi, A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Bodylotion Merek Scarlett (Studi Kasus Pada Follower Instagram Ria Ricis). *JUEB: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(3), 74-81.
- Hapsari, A. P. (2010). Analisis perbandingan penggunaan celebrity endorser dan typical-person endorser iklan televisi dan hubungannya dengan brand image produk. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 9(1)
- Ismagilova, E., Dwivedi, Y. K., Slade, E., & Williams, M. D. (2017). *Electronic word of mouth (eWOM) in the marketing context: A state of the art analysis and future directions*. Cham: Springer International Publishing.
- Maulana, Rahadian. "Pengaruh Electronic Word of Mouth, Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Oleh-Oleh Asix (Studi Pada Pelanggan Oleh-Oleh Asix)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB 6.2* (2018).
- Montolalu, Novel Apriyani, Tinneke M. Tumbel, and Olivia FC Walangitan. "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital." *Productivity 2.4* (2021): 272-275.
- Mustika, Dina Oktadar, Zulkarnain Zulkarnain, and Raden Lestari Garnasih. "Pengaruh Selebriti Pendukung (Celebrity Endorser) Iklan Kecap Manis Indofood Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Di Kota Pekanbaru." *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis* 11.3.
- Muzdalifah, Firdiana, Rois Arifin, and Fahrurrozi Rahman. "Pengaruh Electronic Word of Mouth, Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk UMKM Di Malang Pada Situasi Covid 19 (Studi Kasus Konsumen UMKM Prabujaya Outfit Malang)." *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen* 11.12 (2022).
- Muninggar, Danit Anggi, and Aulia Rahmadini. "Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WoM) Terhadap Minat Beli pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus

- Kota Bandar Lampung)." *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)* 3.1 (2022).
- Putri, Belinda Hilda Harsana, and Olivia Barcelona Nasution. "Pengaruh Electronic Word of Mouth, Celebrity Endorser, dan Social Media Marketing Terhadap Brand Image Pada Produk di Instagram." *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (Jebma)* 1.3 (2021): 240-246.
- Reza Jalilvand, Mohammad, and Neda Samiei. "The effect of electronic word of mouth on brand image and purchase intention: An empirical study in the automobile industry in Iran." *marketing intelligence & planning* 30.4 (2012): 460-476.
- Sabillah, M. &. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Electronic word of mouth, Kualitas Website, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan, Vol 5*
- Sari, Novita, Muhammad Saputra, and Jamaluddin Husein. "Pengaruh electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian pada toko online Bukalapak.com." *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya* 3.01 (2017): 96-106.
- Shintya, Desta. Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik (Studi Kasus Peminat Kosmetik Maybelline). Diss. Perpustakaan, 2019.
- Watung, M., Massie, J. D., & Ogi, I. W. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Celebrity Endorser dengan Brand Image terhadap Purchase Intention Pembelian Tiket Online (Studi pada Situs Traveloka). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 1181-1191.
- Zikra, I. Z., & Rahmiati, R. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom) terhadap Keputusan Pembelian Penggunaan Produk Kosmetik LT Pro Smooth Corrector Cream Foundation Survei pada Mahasiswi Jurusan Tata Rias dan Kecantikan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 983-991.