

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. R. R., Handra, T., & Annas, M. (2022). Pengaruh celebrity endorser dan periklanan terhadap brand image (peran digital marketing). *Technomedia Journal*, 7(2), 189-201.
- Adi Candra, N. R., Mona Banowati, N., & Aswin, A. (2025). Pengaruh Green Product dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tumbler VOAVA pada Konsumen Generasi Millenial dan Generasi Z. *Seminar Nasional Darmajaya*, (1), 141–151
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211
- Ambarita, L. F., & Wasino, W. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific Di E-Commerce Shopee. *eCo-Buss*, 7(2), 992-1009.
- Aprilia, I. E., Putri, A. B., & Sanusi, A. (2023, August). Pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Warung Mie Aceh Jamboe Raya Bandar Lampung. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, pp. 249-267).
- Arisuari, N. K. N. (2023). *Pengaruh Pemasaran Di Media Sosial, Celebrity Endorser, Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Di Aijo Official Shop* (Doctoral dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar).
- Aswin, A., Pratisti, C., & Saputra, M. (2021). Analisis Brand Equity Perguruan Tinggi Swasta di Bandar Lampung. *GEMA: Journal of Gentiaras Management and Accounting*, 13(2), 105-119.
- De Yusa, V., Aswin, A., & Pratisti, C. (2023, August). Pengaruh Media Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Pembelian Kosmetik Madame Gie. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, pp. 72-81).
- Evanthi, O. D., Hidayah, A., Rachmawati, E., & Endratno, H. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc di Purwokerto. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 9(2), 1475-1486.
- Fitria Ananda, M., Al Furqoni, M. A., De Yusa, V., & Thaib, M. (2025). Pengaruh On Line Customer Review dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare HALLOCA di Tiktok Shop. *Seminar Nasional Darmajaya*, (1), 185–193

- Firmansyah, M. A. (2023). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. Penerbit Qiara Media
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F. et. al. 2019. Partial Least Squares Structural Equation ModelingBased Discrete Choice Modeling: An Illustration In Modeling Retailer Choice. *Business Research*. 12(1) : 115-142
- Hana, J. (2023). *Pengaruh Selebgram Endorsement Dan Testimoni Terhadap Minat Beli Produk pada Matahari Shop Di Kabupaten Pinrang* (Doctoral dissertation, IAIN ParePare).
- 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.
- Inggasari, S. M., & Hartati, R. (2022). Pengaruh celebrity endorser, brand image, dan brand trust terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(1).
- Kotler, P dan Armstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P dan Keller, K.L. 2016. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip & Gary Armstrong (2021), *Principles of Marketing*, Edisi 18, United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 1267-1283.
- Maulana, A. A., & Hadita, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Kopi Tuku Bekasi Utara. *Journal of Management and Creative Business*, 2(1), 108-118.
- Mutia, N. M. G., Rahayu, M., & Zuriana, Z. (2025, January). Pengaruh Green marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Avoskin Beauty Di Bandar Lampung. In *Seminar Nasional Darmajaya* (No. 1, pp. 161-174).
- Nabila, A., Destria, N., & Wibaselppa, A. (2025, January). Pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap keputusan pembelian di cordy. id bandar lam. In *Seminar Nasional Darmajaya* (No. 1, pp. 175-184).

- Novianti, T. A. (2020). Pengaruh celebrity endorser dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik pixy. *PRAGMATIS*, 1(1), 43-50.
- Pasifa, A. K., Soeprajitno, E. D., & Sardanto, R. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Skintific Di Tiktok Shop Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Nusantara Pgri Kediri. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis*, 4, 922-929.
- Putra, R. D. Y., Budiasih, Y., & Husnayetti, H. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Specs Di Kalangan Mahasiswa Itb Ahmad Dahlan Jakarta. *Media Riset Bisnis Ekonomi Sains dan Terapan*, 3(1), 100-112.
- Rahmawati, M., & Lestari, S. P. (2020). Pengaruh Penggunaan Selebgram (Celebrity Endorser Instagram) Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Online Pada Media Instagram (Survei Pengguna Aktif Sosial Media Instagram pada Followers Akun@ mia_raaa). *Jurnal Ekonomi Perjuangan*, 2(2), 138-153.
- Refika Ingrid, J. (2025). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Beras Merek Lumba-Lumba Pada Toko Muhari Di Desa Taman Negeri, Kecamatan Way Bungur, Kabupaten Lampung Timur* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GENTARAS).
- Safnur, F. A., & Bismark, I. A. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Di Kabupaten Solok Selatan. *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(2), 119-124.
- Saputra, M., Fadila, K., & Rafli, A. (2023, August). Tren Keputusan Pembelian Konsumen Studi Pada Cafe dan Resto Sehat. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, pp. 105-113).
- Sari, W. E. P., Kustiawan, I. P. A., Jaya, I., & Rahayu, S. (2025, January). Pengaruh Diskon dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian pada Cushion Skintific di Shopee. In *Seminar Nasional Darmajaya* (No. 1, pp. 128-140).
- Sartika, D. (2020). Melihat attitude and behavior manusia lewat analisis teori planned behavioral. *JIGC (Journal of Islamic Guidance and Counseling)*, 4(1), 51-70.
- Septiani, I., Udayana, I., & Hatmanti, L. T. (2022). Analisis pengaruh celebrity endorser, brand image, kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Ms Glow melalui word of mouth sebagai variabel mediasi. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 5(1), 42.

- Sikumbang, P. R. (2024). *Analisis perilaku nasabah Pembiayaan KUR Syariah dengan model TPB (Theory of Planned Behavior) dengan syariah compliance sebagai variabel moderating* (Doctoral dissertation, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Dan Pengembangan Research Dan Development*. Bandung : Alfabeta
- Wati, E. W. M., & Riauan, M. A. I. (2023). Analisis Celebrity Endorser Pada Iklan Luwak White Koffie. *The Journal of Communication Management and Organization*, 2(2), 68-77.
- Wibandono, C. B. (2019). *Analisis Penerapan Pengawasan Mutu Dan Bahan Baku Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pt. Berlian Unggas Sakti Medan* (Doctoral Dissertation, Universitas Dharmawangsa)..
- Wiwoho, G. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Dengan Perceived Value Sebagai Pemediasi. *Journal of Digital Business and Management*, 2(1), 1-12.
- Wulandari, R. (2025). Psikologi Konsumen: Faktor Psikologis dalam Pengambilan Keputusan Pembelian. *literacy notes*, 1(1).