

DAFTAR REFERENSI

- Abi, Y. I. (2022). Pengaruh *Brand image* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kfc Di Kota Bengkulu. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(01), 95–107.
- Agustino, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Product Knowledge terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT Long Time (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen). *Jurnal EMBA*, Vol.8(1),hlm.627-636
- Ahluwalia, L., Permatasari, B., Husna, N., & Novita, D. (2021). Penguatan Sumber Daya Manusia Melalui Peningkatan Keterampilan Pada Komunitas ODAPUS Lampung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM) TABIKPUN*, 2(1), 73-80.
- Aisah, IN, & Wahyono. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Product Knowledge dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Melalui Word of Mouth. *Jurnal Analisis Manajemen*, 7(2), 189-200.
- Al Mamun, A., Naznen, F., Yang, Q., Ali, M.H., & Hashim, N. M. H. N. (2023). Modelling the significance of celebrity endorsement and consumer interest on attitude, purchase intention, and willingness to pay a premium price for green skincare products. *Heliyon*, 9(6), e16765. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e16765>.
- Alawadhi, R., & Örs, M. (2020). Effect of celebirity endorsement on consumers purchase intention in the mediation effect of brand image. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(1), 454-468.
- Albari & Safitri, I. (2020). Pengaruh Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Tinjauan Bisnis Integratif dan Strategi Pemasaran. Penelitian Ekonomi*, 7(2), 328-337
- Annisia, A. N., & Paramita, E. L. (2021). Brand Promotion: The Effects of Celebrity Endorsement and Brand Image on Consumer Buying Decision. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 82–90. <https://doi.org/10.26905/jbm.v8i1.5413>.
- Aropah, D. Z., Wijayanto, H., & Wahyuningsih, D. W. (2022). Pengaruh E-Wom, Pengetahuan Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Iphone Bekas Bergaransi Ex Internasional Di Ponorogo. *Bussman Journal: Indonesian Journal Of Business And Management*, 2(2), 344-358.
- Audrey, A. N., & Usman, O. (2021). Influence Celebrity Endorser, Brand Image, and Brand Trust on Emina's Cosmetics Product Purchase Decisions. Brand Image, and Brand Trust on Emina's Cosmetics Product Purchase Decisions. SSRN.(January 18, 2021).

- Aw, E. C. X., & Labrecque, L. I. (2020). Celebrity endorsement in social media contexts: understanding the role of parasocial interactions and the need to belong. *Journal of Consumer Marketing*, 37(7), 895-908.
- Ayuningsih, F., & Maftukhah, I. (2020). The influence of product knowledge, brand image, and brand love on purchase decision through word of mouth. *Management Analysis Journal*, 9(4), 355-369.
- Banis, A., & Dermawan, R. (2024). Pengaruh Online Customer Review, Pengetahuan Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitenning pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(4), 4788-4796.
- Benowati, S. G., & Purba, T. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah di Kota Batam. *Journal Of Management, Accounting, Economic and Business*. (Online). Vol. 1, No. 2, (<https://trianglesains.makarioz.org/index.php/JTS/article/view/48>). Diakses 29 Desember 2022.
- Buntoro, D., Fathorrahman, & Pradiani, T.(2023). Pengaruh Product Knowledge, Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Mikrofon Seruniaudio di PT. Seruni Karya Indonesia. *Bursa : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 38–55.<https://doi.org/10.59086/jeb.v2i1.231>.
- Candra, B. F., & Suparna, G. (2021). Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Niat Beli. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6638.
- Damayanti, ER, & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Kota Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 1–15.
- Dinah Fitri, M., & Pangestuti, E. (2021). Pengaruh Terpaan Buzz Marketing Dan Product Knowledge Terhadap Purchase Decision Pada Produk Nature Republic (Survei Pada Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya Angkatan 2015-2018)
- Dyansya, R. O., & Apriyanti, A. (2024, September). Pengaruh E-WOM, Product Quality, Product Knowledge dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Refill LAB ART AROMATIQUE: Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Madiun. In *Simba: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 6).
- Evan Fauzan Putra, Tri Septin Muji Rahayu, Arini Hidayah, Purn(2023). The Influence of Celebrity Endorsement, Brand Image, Brand Trust and Lifestyle on Purchase Decisions for Geoff Max Brand Shoes (Study on Students in Purwokerto City). *International Journal of Multidisciplinary*

Research and Analysis, 6(12), 5833-5841.
<https://doi.org/10.47191/ijmra/v6-i12-49>

- Fahira, S., Hartati, T., & Amir, H. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Maskara Maybelline (Studi Kasus Pada Mahasiswi Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta). *Epigram*, 16(2), 205-210. <https://doi.org/10.32722/epi.v16i2.2236>.
- Fitri, A. A., Haziroh, A. L., Sartika, M., & Wardhani, M. F. (2024). Meningkatkan Keputusan Pembelian Skincare Korea Dengan Pengetahuan Produk Halal. *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 273-288.
- Fongo, P. (2021). *Celebrity Endorser & Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Belanja Online Kaum Milenial*. Literasi Nusantara.
- Hermawan, H., Hersona, S., & Suyaman, D. J. (2024). The Effect Of Influencer Marketing, Content Marketing, and Price Perceptions on Consumer Purchase Intention (An Investigation of Luxcrime Cosmetic Consumers In Karawang). *At-Tadbir: Jurnal ilmiah manajemen*, 8(2), 189-205.
- Hooley, G., Nicolaud, B., Rudd, J.M., & Lee, N (2020). *Marketing Strategy And Competitive Positioning (7th ed)*. Pearson Education ILimited.
- Indrasari, M. (2021). Pemasaran dan kepuasan pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Irvanto, O., & Sujana, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger:(Survey Persepsi Komunitas Pecinta Alam di Kota Bogor). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105-126.
- Irwansyah, Rudy. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada
- Jayanti, N. K. A. (2024). The Influence of Celebrity Instagram Endorsement and Word of Mouth on Online Purchase Decisions with Brand Image as a Mediator. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 1641-1662.
- Jun, M., Han, J., Zhou, Z., & Eisingerich, A. B. (2023). When is celebrity endorsement effective? Exploring the role of celebrity endorsers in enhancing key brand associations. *Journal of Business Research*, 164, 113951.
- Kevin, dan Asron Saputra. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomaret Cabang Sadai Bengkang. *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4(6)
- Khoirunnisa, D., & Albari, A. (2023). The effect of brand image and product knowledge on purchase intentions with e-WOM as a mediator variable.

International Journal of Research in Business and Social Science (2147-4478), 12(1), 80-89.

- Kinanti, S., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening di Kota Batam. *eCo-Buss*, 5(3), 880-893.
- Kurniawati, S., Juniarti, R. P., Omar, A., & Ridlwan, A. A. (2023). Revealing welleducated millenials' purchase intention on halal cosmetics: The role of knowledge, religiosity, and attitude. *AlUqud: Journal of Islamic Economics*, 7(1), 95–109. <https://doi.org/10.26740/aluqud.v7n1.p95-109>.
- Lestari, I., & Sahir, S. H. (2024). Pengaruh Product Knowledge dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk Hanasui pada Marketplace Shopee (Studi pada Pelanggan Hanasui di Kelurahan Tanjung Rejo Medan).(Skripsi, Universitas Medan Area). Repositori UMA
- Lubis, P. U., & Kurniawati, D. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Product Knowledge Terhadap Purchase Decision Pada Produk Kosmetik Maybelline Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening di Kota Pekanbaru. *Al-Hikmah: Jurnal Agama dan Ilmu Pengetahuan*, 20(2), 164-175.
- Magfirah, N., & Aprianti, K. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Lifestyle Terhadap Minat Beli Produk Cream Glow & Lovely Di Kota Bima. *Jurnal Riset Ekonomi dan Akuntansi*, 1(3), 184-198
- Mahiri, E. A. (2020). Pengaruh brand image dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian pada konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 227-238.
- Martha, L., & Maini, D. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha NMAX di CV. Tjahaja Baru Surantih. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(2), 1172-1192
- Maylita Inggasari, Shanfi, and Retno Hartati. 2022. "Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk." *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 3(1):51–60. <https://doi.10.23960/jbm.v18i0.408>.
- Muhani, & Sabillah, HS (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Word Of Mouth, Kualitas Website, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4 (Edisi Khusus 3).
- Muslim, Miswanto, Rijal Rizki Mubarak, And Nikodemus Hans Setiadi Wijaya. (2020). "The Effect Of Brand Image, Brand Trust And Reference Group On

The Buying Decision Of Sneakers.” *International Journal Of Financial, Accounting, And Management* 1(2).

- Novianti, TA (2021). Pengaruh celebrity endorser dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik pixy. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 16–75
- Onsardi, O., Ekowati, S., Yulinda, A. T., & Megawati, M. (2022). Dampak Digital Marketing, Brand Image Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lina Ms Glow Kota Bengkulu. *Creative Research Management Journal*, 5(2), 10-19.
- Pamungkas, N. L., Ibdalsyah, I., & Triwoelandari, R. (2021). Pengaruh Islamic Branding, Celebrity Endorser, dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kosmetik Wardah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(2), 100–114. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i2.539>
- Prakosa, Y. B., & Tjahjaningsih, E. (2021). Pengaruh kualitas produk, gaya hidup, dan pengetahuan produk terhadap proses keputusan pembelian sepeda lipat di kota semarang. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 361-374.
- Rachmaningtyas, P., & Surianto, M. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobistek*, 389-396
- Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 25-29.
- Rahma, Y. P., & Setiawan, M. B. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Sunscreen Azarine. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(04), 744-752.
- Rahma, Y. P., & Setiawan, M. B. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Sunscreen Azarine. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(04), 744-752.
- Rahmah, S. T., Ismunandar, I., & Ernawati, S. (2024). Pengaruh Influencer Marketing dan Product Knowledge Terhadap Minat Beli Product Skincare Ms Glow di Kota Bima. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 2(4), 76-95.
- Rahmani, Riska Gusti, Rinaldi Bursan, Mahrinasari MS, and Driya Wiryawan. 2022. “Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk.” *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 10:51–60. <https://doi:10.23960/jbm.v18i0.408>.

- Rosita, D., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh celebrity endorser dan brand image terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada konsumen mahasiswa. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 494-505.
- Sanita, S., Kusniawati, A., & Nurlestari, M. (2021). Pengaruh product knowledge dan brand image terhadap purchase intention (Penelitian pada PT. Bahana Cahaya Sejati Ciamis). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 1(3).
- Santi, R., Hutagaol, R., & Safrin, F. A. (N.D.). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening. *JOSR: Journal Of Social Research* Juni, 2022(7), 761–772.
- Sapitri, Eka, Sampurno Sampurno, And Iha Hayani. 2020. “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan.” *Jurnal Mandiri : IlmuPengetahuan, Seni, Dan Teknologi* 4(2).
- 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. Accounting and Management Journal* 3(1), 1–15.
- Sekaran, U. (2013). *Metode Penelitian Untuk Bisnis. Salemba Empat*.
- Setyawati, H. A. (2021). Pengaruh pengetahuan produk dan religiusitas terhadap keputusan pembelian dengan sikap sebagai variabel intervening. *Accounting and Management journal*, 5(1), 39-46.
- Shimp, Terence. A. Andrews, Craig, J. 2021. Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communication. Ninth edition. USA: *Cengage Learning*.
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Ghetta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., & Susanto, P. C. (2022). *Book Of Brand Marketing: The Art Of Branding*. Media Sains Indonesia.
- Sugyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&G*. Alfabeta. Bandung
- Sukma, Nurcahya, Suryani.2016. Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image DanKepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah Men’s Biore. *E-Jurnal Manajemen*. Bali : Universitas Udayana
- Susanti, SA, Sawaki, IA, Octora, Y., & Primadi, A. (2020). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap E-Wom yang Dimediasi oleh Brand Trust pada Proses Refund Airasia pada Masa Pandemi Covid-

- 19 di Jakarta Tahun 2020. *Global Research on Sustainable Transport & Logistic, (Grostoplog 2020)*, 458–466.
- Swaminathan, V., Gupta, S., Keller, K. L., & Lehmann, D. (2022). Brand actions and financial consequences: A review of key findings and directions for future research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 50(4), 639–664.
- Usman, O., & Zuhurifa, N. H. (2022). The Influence of Viral Marketing, Celebrity Endorse, and Brand Awareness on the Purchase Decision of Something Cosmetic Products. Celebrity Endorse, and Brand Awareness on the Purchase Decision of Something Cosmetic Products (June 3, 2022). *SSRN Electronic Journal*.
- Wabang, N. D. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over di Kota Singaraja (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol.5(1), hlm.64-71
- Wardani, D. S. D., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pengguna Scarlett Whitening). *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1148-1160
- Widillia Rahmawati, Annisa, IBN Udayana, and Bernadetta Diansepti Maharani. 2022. “Engaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Online Customer Review Dan E-Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee.” *Religion Education Social Laa Roiba Journal Volume 4(4)*:887–98. doi: 10.47476/reslaj.v4i4. DOI: <https://doi.org/10.47467/reslaj.v4i4.1005>
- Yamaha Nmax Di CV. Tjahaja Baru Surantih. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2). <https://doi.org/10.46306/vls.v2i2>
- Yohana, NKY, Dewi, KAP, & Giantari, IGAK, 2020. Peran Brand Image Mediasi Pengaruh E-WOM terhadap Keputusan Pembelian Niat Pembelian. *Jurnal Penelitian Humaniora dan Ilmu Sosial Amerika (AJHSSR)*, 4(1), 215-220.