

DAFTAR REFERENSI

- Alvionita, S., & Sutedjo, B. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsement Brand Image Dan Customer Review Terhadap Purchase Intention. *SEIKO: Journal Of Management & Business*, 4(1), 374-385.
- Annan Putri, P. A., & Supriyono, S. (2024). Pengaruh Viral Marketing, Online Customer Review Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nivea Body Lotion Di Surabaya. *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (COSTING)*, 7(5), 4275–4281. <https://doi.org/10.31539/Costing.V7i5.12294>
- Aulia, N. S., Rachma, N., & Sholehuddin, S. (2024). Pengaruh Sosial Media Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Inspired (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang Angkatan 2020). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 1541-1548.
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, W. (2019). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee.(Studi Pada Mahasiswa Aktif FISIP Undip). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 55-66.
- Aher, R., & Lazarus, C. A. A STUDY ON THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON THE PURCHASE INTENTIONS OF GEN Z.
- Aji, P. M., Nadhila, V., & Sanny, L. (2020). Effect Of Social Media Marketing On Instagram Towards Purchase Intention: Evidence From Indonesia's Ready-To-Drink Tea Industry. *International Journal Of Data And Network Science*, 4(2), 91-104 <https://doi.org/10.5267/J.Ijdns.2020.3.002>
- Agustina, L. (2020). Viralitas Konten Di Media Sosial. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 1(2), 149-160.
- Azizah, R. N., Fadhilah, M., & Cahyani, P. D. (2024). Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Social Media Marketing Terhadap Purchase Decision Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 433-450.
- Apriliani, D. R., & Pakpahan, A. K. (2025). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Behaviour Produk Skincare. *Media Riset Bisnis & Manajemen*, 23(1), 55–66. <https://doi.org/10.25105/V23i1.20842>
- Adam, M., & Hussain, N. (2017). Impact Of Celebrity Endorsement On Consumers Buying Behavior. *British Journal Of Marketing Studies*, 5(3), 79-121.
- Barokah, S., Mustofa, D., & Rahmadani, P. P. (2021). Kredibilitas Celebrity Endorser Dan Minat Beli Penggemar Raffi Ahmad Dan Nagita Slavina Terhadap Skincare Ms Glow. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management And Business*, 4(3), 511–520.

- Budiarti, R., & Sari, T.N (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen (EBISMEN)*, 2(1), 01-14
- BİLGİN, Y. (2018). The Effect Of Social Media Marketing Activities On Brand Awareness, Brand Image And Brand Loyalty. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(1), 128–148. <https://doi.org/10.15295/Bmij.V6i1.229>
- Bilgin, Y., & Kethüda, Ö. (2022). Charity Social Media Marketing And Its Influence On Charity Brand Image, Brand Trust, And Donation Intention. *Voluntas*, 33(5), 1091–1102. <https://doi.org/10.1007/S11266-021-00426-7>.
- Bharti, D. D. (2024). Effect Of Social Media Marketing On Consumer Purchase Intention. *International Journal For Multidisciplinary Research*, 6(6), 1–5. <https://doi.org/10.36948/Ijfmr.2024.V06i06.33840>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224. <https://doi.org/10.38035/Jmpis.V3i1.867>
- Damayanti, A., Arifin, R., & Rahmawati. (2023). Vol. 12. No. 01 ISSN : 2302-7061. *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 12(01), 510–518.
- Dewi, R., Zaenal, M. A., & Djafar, S. (2025). Pengaruh Media Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Studi Kasus Mahasiswa FEB UMI. *Center Of Economic Student Journal*, 8(1), 213–224.
- Dewa, C. B. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Wisatawan Yogyakarta Pada Produk Oleh-Oleh Jogja Scrummy. *Jurnal Manajemen*, 8(1), 1–9. <https://doi.org/10.26460/Jm.V8i1.539>
- Ernawati, R., & Giovanni, A. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *Jurnal Bintang Manajemen*, 858-866 <https://ejournal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jubima/article/view/1438%0Ahttps://ejournal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jubima/article/download/1438/1219>
- Febriansyah, W., Yunita, R. M., & Nugraha, R. (2024). Effect Of Social Media Marketing “Instagram” Towards Purchase Intention: Evidence From Plant-Based Milk Product “Oatside” In Indonesia. *Eduvest-Journal Of Universal Studies*, 4(2), 670-686.
- Fransiska Vania Sudjatmika. (2017). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.Com. *Ekonomi Bisnis*, 17(1), 1–12. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/PE/article/view/86/49>

- Genjendra Kumar Gupta, V. K. M. (2021). Th Study Of Impact Of Celebrity Endorsement On Consumer Buying Behaviour. *International Conference On Technology And Business Management, August*, 417–423.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/Productivity/article/view/32911/31075>.
- Ghazali, I. (2016). Aplikasi Analisi Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghazali, I. (2018). Aplikasi Analisi Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, F. J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). Multivariate Data Analysis. In *Mathematics Of Computation* (Vol. 50, Issue 181). Cengage Learning. <https://doi.org/10.2307/2007941>
- Huda, I. U., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. (2021). Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. *Al-Kalam: Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 32–40.
- Hantono. (2020). Metode Penelitian Skripsi Dengan Aplikasi SPSS. Deepublish, Yogyakarta.
- Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Riviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(2).
- Isfahami, M. M., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). Pengaruh Brand Trust Dan Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 17(2), 177–186.
- Jumhodikromin, S. W., Hartelina, & Hawignyo. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Land Rimaadeeva. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2), 2116–2124. <https://doi.org/10.35508/Jom.V14i2.4747>
- Juliana, R., Bakar, R. M., & Hamid, A. N. (2023). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi. *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 2(6), 1067–1079. <https://doi.org/10.56799/Peshum.V2i6.2381>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2019). Principles Of Marketing. Terjemahan. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2.

- Kurniawan, B. (2021). Pengaruh Online Customer Reviews Dan Rating Terhadap Minat Pembelian Di Lazada. *Jibaku: Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 121-129.
- Kusumawardhani, T. (2023). Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Social Media Marketing Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Multimedia Dan Teknologi Informasi Volume*, 05(2), 100–106.
- Karamoy, T. S. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Di Kota Manado. *Bata Ilyas Educational Management Review*, 2(1).
- Kholifah, F. (2023). *Score : Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran Score Pengaruh Social Media, Celebrity Endorsement Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening*. <https://Lenteranusa.Id/>
- Lubis, A. T., Irawati, N., & Sembiring, B. (2020). The Impach Of Lifestyle And Social Media On Purchasing Decision In B-One Cafe Medan. *International Journal Of Research And Review*, 32-40. ISSN: 2349-9788. Online. <http://Www.Academia.Edu/Download/63116262/IJRR00620200427-112440-2p1kks.Pdf>. Syria Studies, 7(1), 37–72.
- Mawa, S. F., & Cahyadi, I. F. (2021). Pengaruh Harga, Online Customer Review Dan Rating Terhadap Minat Beli Di Lazada. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 9(2), 253-278.
- Madeliene Silalahi, N. M. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc (Studi Pada Mahasiswa PTN Kota Medan)*. 02(01), 11–22. <https://doi.org/10.32649/Ajas>
- MARDIATMOKO, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/Barekengvol14iss3pp333-342>
- Melati, R. S. (2020). Pengaruh Harga Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2).
- Meidiarti, L., & Hadita. (2022). Analysis Of Celebrity Endorsements In Social Media On Consumer Satisfaction Through Purchase Decisions For Scarlett Whitening Products (Case Study In Bekasi City). *Dinasti International Journal Of Education Managementand Social Science*, 3(6), 931–940. <https://doi.org/10.31933/Dijemss.V3i6>
- Mileva, L., & Fauzi, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Yang Membeli Starbucks Menggunakan LINE). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58(1), 190-199.

- Muchsin, D. A. N. M. (2024). Dampak Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific. *Jurnal Visioner & Strategis*, 13(2).
- Muthahharah, I., & Inayanti Fatwa. (2022). Analisis Regresi Linear Berganda Untuk Media Pembelajaran Daring Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Di STKIP Pembangunan. *Jurnal MSA (Matematika Dan Statistika Serta Aplikasinya)*, 10(1), 53–60. <https://doi.org/10.24252/Msa.V10i1.25145>
- Murwaningtyas, F., Harisudin, M., & Irianto, H. (2020). Effect Of Celebrity Endorser Through Social Media On Organic Cosmetic Purchasing Intention Mediated With Attitude. *International Conference On Entrepreneurship*.
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. (2020). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Dengan Trust Sebagai Intervening Pada Toko Online Bukalapak Di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 173-19
- Nabilanasywa, A., Kalyana Rajagukguk, N., Harahap, A. F., Daffa, M., & Khaira, I. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Media Tiktok Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Skincare Skintific (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Negeri Medan). *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 20–30.
- Nawiyah, Kaemong, R. C., Ilham, M. A., & Muhammad, F. (2023). Penyebab Pengaruhnya Pertumbuhan Pasar Indonesia Terhadap Produk Skin Care Lokal Pada Tahun 2022. *Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(12), 1390–1396. <https://doi.org/10.55681/Armada.V1i12.1060>
- Nainggolan, N., & Taufik Parinduri. (2020). Pengaruh Potongan Harga Dan Bonus Terhadap Pembelian Konsumen Minimarket Indomaret Serbelawan. *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 2(1), 54–64. <https://doi.org/10.36985/Manajemen.V2i1.340>
- Nabila, D., Elvaretta, O., Zahira, G., & Syarief, D. M. (2020). Peradaban Media Sosial Di Era Industri 4.0. *Malang: PT. Citra Intrans Selaras*.
- Ningrum, W. S., Safitri, M., & Nuswantoro, D. (2024). PENGARUH CELEBRITY ENDORSE, CUSTOMER REVIEW DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK ONLINE PADA MAHASISWA FEB UDINUS. In *Jurnal Bisnis Net* (Issue 1).
- Nursiti, A. G. (2022). Pengaruh Sosial Media, Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo. *Journal Of Islamic Business Management Studies (JIBMS)*, 2(2), 99–105. <https://doi.org/10.51875/Jibms.V2i2.185>
- Novendra, S. A. (2024). *Pengaruh Sosial Media Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Platform Tokopedia Di Tangerang Selatan*. 1.

- Putra, P. Y, & Soebandi, S. (2019). The Influence Of Celebrity Endorser, Brand Image, And Brand Trust On Consumer Purchasing Decisions To Nike Brand Sports Shoes In Surabaya. *Journal Of World Confere*
- Putri, R. M, & Istiyanto, B. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Perempuan Di Surakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 4(2).
- Permata Sari, R. I. (2022). Fdi Dan Inflasi Mempengaruhi Pertumbuhan Industri Kosmetik Di Indonesia. *Journal Of Applied Business And Economic*, 8(4), 451. <https://doi.org/10.30998/jabe.v8i4.14440>
- Pingki, E., & Ekasasi, S. R. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik MSI. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4(1), 115. <https://doi.org/10.35917/cb.v4i1.415>
- Raghil, M., & Riofita, H. (2024). Dampak Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di E-Commerce. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 13(1), 50–57. <https://doi.org/10.56486/kompleksitas.vol13no1.501>
- Rachman Haryadi, A., Gunaningrat, R., & Suyatno, A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kecantikan Somethinc. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (BISMAK)*, 2(2), 8–17. <https://doi.org/10.47701/bismak.v2i2.2145>
- Richa Aher, C. A. L. (2024). A Study On The Impact Of Social Media In Marketing On The Purchase Intentions Of Gen Z. *International Journal Of Scientific Research In Engineering And Management*, 09(06), 1–9. <https://doi.org/10.55041/ijserm50451>
- Regina, T. (2024). Dampak Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 13(1), 50–57. <https://doi.org/10.56486/kompleksitas.vol13no1.501>
- Ramadhan, M. Z., Suchaina, & Pradikto, S. (2023). PENGARUH CELEBRITY ENDORSE DAN MEDIA SOSIAL MELALUI VARIABEL MEDIASI BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN. *Jurnal Neraca Manajemen, Ekonomi*, 3(1), 1–17.
- Sabilla, S. S., Febriansyah, R. E., & Sumartik, S. (2024). Pengaruh Media Sosial, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Somethinc Di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(3), 2852-2861.
- Sangkardi, R., Tumbuan, W. J. F. ., & Tielung, M. V. . (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Manado. *Jurnal LPPM Bidang Ekososbudkum (Ekonomi, Sosial, Budaya, Dan Hukum)*, 5(2), 1306–1319.

- Sahabuddin, R., Arif, H. M., Unde, J. T., Putri, F. A., & Nazirah, A. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Skintific Dalam Perspektif Mahasiswa UNM. *Jurnal Manajemen*, 3(2), 198. <https://doi.org/10.26858/Jm.V3i2.54692>
- Sankala, S. (2024). The Impact Of Social Media Influencer Marketing On Consumer Behavior And Brand Loyalty. *Academy Of Marketing Studies Journal*, 28(2).
- Siti Noor Aisyah, & Syaiko Rosyidi. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Customer Review, Customer Rating Dan Promosi Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee. *Jurnal Kompetitif*, 12(1), 48–60. <https://doi.org/10.52333/Kompetitif.V12i1.83>
- Sitorus, E. I., & Simanjuntak, M. (2024). Pengaruh Review Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Pada Platform E-Commerce Di Indonesia (Study Kasus : Mahasiswa Institut Teknologi Del). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8, 50580–50589.
- Simamora, V., & Sadilah, R. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Skincare Nature. *Journal For Business And Entrepreneurship*, 4(2), 22.
- Septian Riasanti Mola, M., Iswardani Witarti, D., Studi Magister Ilmu Komunikasi, P., & Ilmu Komunikasi, F. (2020). Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Pengembangan Parawisata Ende Studi Kasus: Festival Danau Kelimutu. *Communication*, 11(1), 1-13.
- Sofyan, R. A., & Arfian, A. (2023). A Analisis Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Dan Promosi Dengan Menggunakan Metode Topsis. *PROSISKO: Jurnal Pengembangan Riset Dan Observasi Sistem Komputer*, 10(1), 56-62.
- Sri Mulyana. (2019). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee Di Pekanbaru.
- Sidik, Y., Zain, O. K., Wihartika, D., & Soepardi, M. (2022). THE ANALYSIS OF SOCIAL MEDIA PROMOTION & PRODUCT REVIEWS FOR PURCHASING DECISION MAKING ON LAZADA MARKETPLACE (Case Study Of Pakuan University Students). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen*, 7(2).
- Sianipar, F. A. H., & Yoestini, Y. (2021). Analisis Pengaruh Customer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Online Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tokopedia Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 10(6).
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (27th Ed.). Alfabeta, Cv. Bandung
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Cetakan Ke-29). Penerbit ALFABETA.

- Suyono, S., Augustin, Y., Lydia, L., Andi, A., & Fransisca, L. (2025). Pengaruh Celebrity Endorsement, Sosial Media Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Somethinc (Studi Kasus Pada Mahasiswi Institut Bisnis Dan Teknologi Pelita Indonesia Pekanbaru). *Kurs: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 9(2), 207-220.
- Setiadi, N. J., & Se, M. M. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga* (Vol. 3). Prenada Media.
- Takaya, R. (2017). The Effect Of Celebrity Endorsment On Brand Image And Trust Brand And It's Impact To Purchaseintention Case Study: Oppo Smartphone. *Business And Entrepreneurial Review*, 17(2), 183-196.
- Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran: Prinsip Dan Penerapan. *Yogyakarta: Penerbit ANDI*.
- Turner, (2020). Purposive Sampling, (Online), (<https://penerbitdeepublish.com/purp> Osive-Sampling/) Diakses 20 September 2021
- Utami, F. W., & Istiyanto, B. (2024). Pengaruh Online Customer Review , Harga , Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand And Body Lotion Vaseline (Studi Kasus Pada Konsumen Hand And Body Lotion Vaseline Di Solo Raya). *Kampus Akademik Publisng: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 756–769
- Vidyanata, D. (2019). Peran Brand Credibility Sebagai Mediasi Pengaruh Strategi Celebrity Endorsement Terhadap Brand Equity.
- Widodasih, R. W. K., Wirastomo, J. T., & BR, K. S. (2023). Pengaruh Testimoni, Social Media, Dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(2), 1160–1166. <https://doi.org/10.55681/jige.v4i2.757>
- Winanda, T., & HS, R. (2024). Pengaruh Media Sosial, Celebrity Endorser, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pemblian Produk Kosmetik Pinkflash Di Kabupaten Dompu. *ALEXANDRIA (Journal Of Economics, Business, & Entrepreneurship)*, 5(2), 236–245. <https://doi.org/10.29303/Alexandria.V5i2.672>