

## DAFTAR REFERENSI

- Adnan & Ayub. 2020. *Reinventing Potensi Generasi Milenial di Era Marketing 4.0*. Aceh: CV. Sefa Bumi Persada.
- Adnan dkk. 2019. The Effect of Product Quality, Brand Image, Price, and Advertising on Purchase Decision and its Impact on Customer Loyalty of Morinaga Milk in Aceh. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, (Online), 09(04), (<https://repository.unimal.ac.id/7009/1/6.%20Jurnal%20Q2%20%3B%20Adnan%2C%20Mukhlis%2C%20%20DII.pdf>), diakses 01 Februari 2024.
- Adnan, Rusydi., Zulkarenaen, Teuku., & Fhirasyan, Fharan. 2023. Analysis of Faktors Affecting Consumer Satisfaction (Case Study at Sherif Barbershop Lhokseumawe City). *Journal of International Conference Proceedings (JICP)* Vol. 6 No. 5, pp. 241-249.
- Ahmad *et al.*, 2019. The Impact of Young Celebrity endorsements in Social Media Advertisements and Brand Image Towards the Purchase Intention of Young Consumers. *International Journal of Financial Research* Vol. 10, No. 5, Special Issue; 2019
- Alharits, S., & Wahyono, A. 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Private Label Pada Super Indo Supermarket Cabang Kelapa Dua. *Jurnal Manajemen USNI*, (Online), 07(01): 10-20, (<http://repo.usni.ac.id/972/>), diakses 05 Desember 2023.
- Beneke, J.; Carter, S.R. The development of a consumer value proposition of private label brands and the application thereof in a South African retail context. *J. Retail. Consum. Serv.* 2015, 25, 22–35.
- Darmansah, A., & Yosepha, S. 2020. Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Aplikasi Shopee di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen UNSURYA*, (Online), 01(01), (<https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/2>).
- Edyansyah, T. 2017. Pengaruh Strategi Promosi Dalam Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan pada Swalayan Rayon Baru di Panton Labu Kabupaten Aceh Utara. *Jurnal Visioner & Strategis*, (Online), 06(01), ([https://scholar.google.co.id/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=rDmltIgAAAAJ&citation\\_for\\_view=rDmltIgAAAAJ:UeHWp8X0CEIC](https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=rDmltIgAAAAJ&citation_for_view=rDmltIgAAAAJ:UeHWp8X0CEIC)), diakses 01 Februari 2024.
- Endit, N. 2022. *Peluang Pasar: Produk Kecantikan dan Perawatan*. Jakarta :UKM Indonesia Id. (<https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/peluang-pasar-produk-kecantikan-dan-perawatan>), diakses 10 Desember 2023.
- Firamadhina, F., & Krisnani, H. 2020. Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivismen.

- Social Work Jurnal*, (Online), 10(02): 199-208, (<http://jurnal.unpad.ac.id/share/article/view/31443/0>), diakses 01 Februari 2024.
- Ghozali, I. 2013. *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Semarang: Yoga Pratama.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit-Undip.
- Hendrayani dkk. 2021. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Hidayat, W. 2014. *Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia*. Jakarta: KOMINFO, ([https://www.kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media)), diakses 10 Desember 2023.
- Joan, V. 2022. *Produk Kecantikan Tembus Transaksi Rp210 Miliar, Brand Lokal Terfavorit*. Jakarta :PT Telunjuk Komputasi Indonesia. (<https://compas.co.id/article/penjualan-produk-kecantikan/>), diakses 10 Desember 2023.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. 2022. *Pertumbuhan Ekonomi Nasional Tahun 2021 Berikan Sinyal Positif Terhadap Prospek Ekonomi Tahun 2022*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3692/pertumbuhan-ekonomi-nasional-tahun-2021-berikan-sinyal-positif-terhadap-prospek-ekonomi-tahun-2022>.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. 2022. *Perkembangan Industri Kosmetik Nasional*. Jakarta: Direktorat Jendral Industri Kimia Farmasi dan Tekstil, (<http://ikft.kemenperin.go.id/perkembangan-industri-kosmetik-nasional/>), diakses 10 Desember 2023.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Jilid. 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran* Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Lee, K dkk. 2021. The influence of product innovation messages on the intention to purchase incumbent products. *Journal of Innovation & Knowledge*, (Online), (<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2444569X2100010X>).
- Levrini, G & Santos, M. 2021. The Influence of Price on Purchase Intentions: Comparative Study between Cognitive, Sensory, and Neurophysiological Experiments. *Behavioral Science*, (Online), 11(16), (<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/33504000/>)
- McCormick, K. 2016. Celebrity endorsements: Influence of a product-endorser match on Millennials attitudes and purchase. *Journal of Retailing and Consumer Services*, (Online), 32: 39-45, (<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0969698916300212>), diakses 05 Desember 2023.

- Nasution, M. 2019. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Dyza Sejahtera Medan. *Jurnal Warta Edisi* : 59, (Online), (<https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/juwarta/article/view/353>).
- Nugroho, I & Dirgantara, I. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pt. Havindo Pakan Optima). *Diponegoro Journal Of Management*, (Online), 10(01): 01-11, (<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/30907>), diakses 05 Desember 2023.
- Nur, A dkk. 2023. Analisis Keputusan Pembelian Dengan Inovasi Produk, Brand Awareness Dan Product Knowledge Melalui Purchase Intention Sebagai Variabel (Studi Kasus Produk Olahan Kopi Di Ikm Kabupaten Bantaeng). *JEMMA (Journal of Economic, Management, and Accounting)*, (Online), 06(02), (<https://ojs.unanda.ac.id/index.php/jemma/article/view/2293>)
- Portal Informasi Indonesia. 2023. Perekonomian Indonesia Tetap Melaju di Tengah Badai. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/7514/perekonomian-indonesia-tetap-melaju-di-tengah-badai?lang=1>
- Pradana, D., dkk. 2017. Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor. *Kinerja*, (Online), 14(01):16-23, (<http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA>).
- Purbohastuti, A. 2021. Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, (Online), 07(01), (<https://e-jurnal.lppmunsera.org>).
- Purbohastuti, A., & Hidayah, A. 2020. Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, (Online), 04(01): 37-46, (<https://journal.ubaya.ac.id/index.php/JIBT/article/view/2480>), diakses 10 Desember 2023.
- Putra, J., & Junaedi, S. 2020. Pengaruh Celebrity endorsement Pada Niat Beli (Studi Pada Iklan Minuman Indomilk Good To Go Dengan endorser Atlet Bulutangkis Jonatan Christie Dan Anthony Sinisuka Ginting). *Jurnal UAJY*, (Online). (<https://e-journal.uajy.ac.id/24592/>), diakses 11 Februari 2024.
- Putri, Natasa. 2023. *Felicya Angelista Dituding Dukung Israel, Warganet Bereaksi Soal Produk Scarlett*. Jakarta: Liputan 6, (<https://www.liputan6.com/regional/read/5447557/felicya-angelista-dituding-dukung-israel-warganet-bereaksi-soal-produk-scarlett?page=4>), diakses 31 Januari 2024.
- Rusiana, D., Iriani, S., & Witjaksono, A. 2023. Pengaruh Celebrity endorser dan Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli dengan Brand Image sebagai Variabel Mediasi pada E-commerce Tokopedia. *Jurnal Maksipreneur*, (Online), 12(02): 410-429, (<https://ejournal.up45.ac.id/index.php/maksipreneur/article/view/1081>), diakses 05 Desember 2023.

- Rusydi. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: ALFABETA Bandung.
- Rusydi., Adnan., & Adam, M. 2023. *Manajemen Inovasi dan Kreativitas*. Depok: Rajawali Pers Divisi Buku Perguruan Tinggi PT RajaGrafindo Persada.
- Rusydi., Bachri., N., & Effendi, M. 2022. Pemasaran Digital dan Kinerja Umkm: Dapatkah Inovasi Produk Menjadi Variabel Mediasi?. *Jurnal Manajemen Indonesia*, (Online), 07(02), (<https://ojs.unimal.ac.id/jmi/article/viewFile/6576/4344>), diakses 11 Februari 2024.
- Sanad, N. 2023. *Minat Fashion Kecantikan Semakin Tinggi, Indonesia Menjadi Pasar Kecantikan Terbesar ke-5 di Dunia*. Jawa Timur : Kediri Times, (<https://kediri.jatimtimes.com/baca/285627/20230316/090200/minat-fashion-kecantikan-semakin-tinggi-indonesia-menjadi-pasar-kecantikan-terbesar-ke-5-di-dunia>), diakses 10 Desember 2023.
- Sari *et al.*, 2020. *Kewirausahaan dan Bisnis Online*. Yayasan Kita Menulis
- Shahnaz, N., & Wahyono. 2016. Faktor yang mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online. *Management Analysis Journal*, (Online), (<https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj/article/view/5571>).
- Sihombing, N & Gultom, C. 2022. Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk Dan Kesesuaian Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Mahasiswa Pengguna Hair Care Makarizo Di Universitas HKBP Nommensen Medan. (<https://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/7209>).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Alfabeta. Bandung
- Sumarsid & Paryanti, A. 2022. Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, (Online), 12(01), (<https://journal.universitassurya.darma.ac.id/index.php/ilmiahm-progress/article/view/867>)
- Sutanto, F. 2019. Pengaruh Karakteristik Celebrity endorser Terhadap Minat Beli Produk Mister Cheesy. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, (Online), 04(03), (<https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/1656>).
- Tejasari, Tina. 2018. “Pengaruh Brand Image dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Shampo Clear di kota Blitar”. Skripsi. Semarang : Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Usman, H. & Akbar, P.S. 2009. *Pengantar Statistika*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Wahyuni, A. 2022. Pengaruh Minat Beli Masyarakat Terhadap Diskon Shopee, Kualitas Produk Dan Harga Bagi Pengguna Shopee (Study Kasus Bagi Pengguna Shopee di Sragen). *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, (Online), 09(04). (<https://stia->

binataruna.e-journal.id/PUBLIK/article/view/454), diakses 11 Februari 2024.

- Weismuller, J dkk. 2020. Influencer endorsements: How advertising disclosure and source credibility affect consumer purchase intention on social media. *Australasian Marketing Journal*, (Online), 20(01). (<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1441358220300227>).
- Yonatan, A. 2023. *Menilik Pengguna Media Sosial Indonesia 2017-2026*. Jakarta: Good Stats, (<https://data.goodstats.id/statistic/agneszeffanyayonatan/menilik-pengguna-media-sosial-indonesia-2017-2026-xUAlp>), diakses 10 Desember 2023.
- Yunita, P., & Indriyatni, L. 2022. Pengaruh Brand Image, Daya Tarik Iklan, Dan Celebrity endorser Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow (Studi Kasus Pada Pelanggan MS Glow Kota Semarang). *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, (Online), 05. (<https://prosiding.unimus.ac.id/index.php/semnas/article/view/1108>), diakses 11 Februari 2024.
- Zhang, Y. (2015). The Impact of Brand Image on Consumer Behavior: A Literature Review. *Open Journal of Business and Management*, 03(01), 58-62. (<https://doi.org/10.4236/ojbm.2015.31006>).