

DAFTAR PUSTAKA

- Cynthia Sidharta. (2014). Penggunaan Anggun C . Sasmi sebagai Celebrity Endorser dalam Iklan Pantene versi “Bersinarlah Bersama Anggun.” *Jurnal E-Komunikasi*, 2(3), 1–10. <http://portfolios.journalism.ku.edu/>
- Dwi Hestyani, A., & Astuti, R. T. (2017). SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Konsumen yang Menggunakan Masker Wajah Mustika Ratu di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 6(2), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Handayani, L. S., & Hidayat, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Harga , dan Digital Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk MS Glow Beauty. *Jurnal Ikraith-Ekonomika*, 5(2), 135–145.
- Hanif, J. A. F. M. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Skincare Ms Glow di Universitas Muhammadiyah Surakarta). *Publikasi Ilmiah*, 1(1), 1–18.
- Hasanah, U., & Giyartiningrum, E. (2022). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Endorsement Selebriti Instagram terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Skin Care MS GLOW. *Journal Competency of Business*, 5(02), 155–172. <https://doi.org/10.47200/jcob.v5i02.1100>
- Melati, I. (2022). Analisis Keputusan Pembelian Ms Glow Di Kota Jambi (Studi Konsumen Muslimah). *Skripsi*, 1–55.
- Ningsi, W. P. W., & Ekowati, S. (2021). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS GLOW. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 2(1), 50–57. www.jurnal.imsi.or.id

- Rahayuningtias, P. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Produk Kosmetik Ms Glow (Studi pada Konsumen Ms Glow Aesthetic Clinic Malang). *Jurnal Manajemen*, 158.
- Rodriguez, K. P. (2008). Apparel Brand Endorsers and Their Effects on. *Philippine Management Review*, 15, 83–99.
- Salmon, N., & Mayssara A. Abo Hassanin Supervised, A. (2014). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Instan. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 1–9.
- Subastian, D. V., Retno p, D. A., Firsya, E., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Celebrity Endorser Raffi Ahmad Terhadap Minat Beli Produk Skincare Ms.Glow. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.24042/revenue.v2i1.7691>
- Susilo, D., Putranto, T. D., & Navarro, C. J. S. (2021). Ms Glow for Men: Digital Marketing Strategy on Men’S Facial Care Products. *Sinergi : Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 11(1). <https://doi.org/10.25139/sng.v11i1.3534>
- Vilda, S. (2021). *Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Produk Pakaian di Pineappleshopy Surabaya*. 105(3), 129–133. <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:BDsuQOHOci4J:https://media.neliti.com/media/publications/9138-ID-perlindungan-hukum-terhadap-anak-dari-konten-berbahaya-dalam-media-cetak-dan-ele.pdf+&cd=3&hl=id&ct=clnk&gl=id>
- Widanta, F. F., Nurul Hilmiyah, & Setiarini. (2023). Analisis Pengaruh Strategi Digital Marketing, E-Service Quality, Serta Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Used Car Showroom Widjaya Motor Pada Enigma Pandemi Covid - 19. *JIMP : Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 3(1), 58–69. <https://doi.org/10.35814/jimp.v3i1.4783>