

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, N. and Amron, A. (2022) ‘Pengaruh Influencer Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare Pada Tiktok Shop’, *Kinerja*, 5(01), pp. 49–61. Available at: <https://doi.org/10.34005/kinerja.v5i01.2243>.
- Alfiani, S.R. (2019) *Pengaruh Desain Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Tuneeca (Studi Kasus di Jameela Moslem Style Ponorogo)*. Available at: <http://etheses.iainponorogo.ac.id/5646/1/siti-rohana-a-es.pdf>.
- Anam, M. and Budi Astuti, P. (2022) ‘Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, Dan Celebrity Endorsement Terhadap Niat Beli Ulang’, *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(2), pp. 118–130. Available at: <https://doi.org/10.12928/fokus.v12i2.6072>.
- Bahri, K.N. and Komaladewi, R. (2023) ‘The Influence of Instagram, Brand Image, and Price on Online Purchase Decisions’, *Asia Pacific Journal of Management and Education*, 6(1), pp. 79–93. Available at: <https://doi.org/10.32535/apjme.v6i1.1654>.
- Dewi, R.N.T. (2019) ‘PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING’, *eJournal Administrasi Bisnis*, 7(4), pp. 409–423.
- Fahrezi, A. and Sukaesih, U. (2020) ‘Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Aldo (Studi Kasus di Pondok Indah Mall Jakarta)’, *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*, pp. 189–199.
- Febrianto, A. and Satrio, B. (2019) ‘PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA LEVI STRRAUS AND CO’, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 8(11), pp. 1–5.
- Ghozali, I. (2018) *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gunawan, G.L.C. (2020) ‘Bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian’, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 5(2), pp. 166–175.
- Hardiyanti and Prabantoro, G. (2020) ‘THE INFLUENCE ANALYSIS OF PRICE, PRODUCT DESIGN, BRAND IMAGES AND CELEBRITY ENDORSER ON PURCHASE INTEREST OF FOCALLURE

COSMETICS ( A CASE STUDY ON PT HEXINDO ADI PERKASA, TBK )', *Indonesian College of Economics*, (5), pp. 1–19.

Jannah, N. and Alfianto, E.A. (2023) 'Pengaruh Promosi Word Of Mouth , Brand Image , Influencer Marketing , Terhadap Minat Beli Skincare Pada Produk Kecantikan Drw Skincare', *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 1(4).

Kotler and Armstrong (2016) *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kurniawan, C.N. and Susanto, A. (2020) 'Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image dan Testimoni di Instagram terhadap Minat Beli Konsumen', *Management & Accounting Expose*, 3(2), pp. 98–112.

Makasidamo, F.P., Tampi, J.R.E. and Kalangi, J.A.F. (2022) 'Pengaruh Brand Image dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline di Manado', *Productivity*, 3(3), pp. 199–204.

Misnanto, R. and 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), pp. 78–88.

Pratama, A.Z. and Prabandari, S.P. (2022) 'PENGARUH PRODUCT QUALITY, PERCEIVED PRICE, DAN PROMOTION TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION', *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN DAN PERILAKU KONSUMEN*, 01(1), pp. 104–113.

Prihartini, E. *et al.* (2022) 'PENGARUH BRAND IMAGE DAN CELEBRITY ENDORSE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK TOKO ELZATTA MAJALENGKA', *Co-Management Vol.*, 4(3), pp. 775–783.

Purba, R.R. *et al.* (2021) 'Pengaruh Harga Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Shampo Clear ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia )', *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(3), pp. 100–109.

Putri, R.M. and Istiyanto, B. (2021) 'PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CELEBRITY ENDORSER TEHADAP MINAT BELI PRODUK SCARLETT WHITENING (STUDI KASUS PADA PEREMPUAN DI SURAKARTA)', *Jurnal Ekobis Dewantara*, 4(2), pp. 78–88.

Sahputra, C., Octaviani, V. and Yanto (2023) 'Pengaruh Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Pada Xinonaboba Kapuas Kota Bengkulu', *Jurnal Multimedia Dehasen*, 2(3), pp. 509–526.

Setiawan, J.A. and Asiyah, B.N. (2023) 'Pengaruh Influencer Marketing, Collaboration Branding, Dan Harga Terhadap Minat Beli Virtual Skin

- Pada Pemain Game Online Mobile Legends: Bang Bang Di Kabupaten Blitar’, *Jurnal Manajemen dan Bisnis (PERFORMA)*, 20(230), pp. 9–23.
- Shareen, S. and Andayani, N.R. (2018) ‘PENGARUH BAURAN PEMASARAN ( MARKETING MIX ) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KARA SANTAN PT ENSEVAL PUTERA MEGATRADING , Tbk’, *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), pp. 46–59.
- Sugiyono (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2018) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Jakarta: Alfabeta.
- Suryaningsih, I.B. *et al.* (2019) ‘PENGARUH DESAIN PRODUK, BRAND IMAGE, HARGA DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP PERILAKU SETELAH PEMBELIAN PRODUK DISTRO 3SECOND DI JEMBER’, *Cakrawala*, 2(2), pp. 1–11.
- Tanata, H.F. and Chirstian, S. (2021) ‘Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Hungtata’, *Performa*, 4(6), pp. 94–103. Available at: <https://doi.org/10.37715/jp.v4i6.1182>.
- Tanuli, M.G. (2019) ‘PENGARUH DESAIN PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI GENERASI Z’, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 4(5), pp. 1–12.
- Tjiptono and Chandra (2016) *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi.
- Triputranto, B. (2020) ‘PENGARUH HARGA DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KERUDUNG DI RABBANI CABANG KOPO BANDUNG’, *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 10(2), pp. 1–9.
- Ulza, E. and Setiawan, E. (2019) ‘Pengaruh Word of Mouth, Brand Image dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen’, *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(1), pp. 1–8.
- Wardah, F. and Albari (2023) ‘Analisis Pengaruh Influencer terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan JavaMifi’, *Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 02(03), pp. 188–205.
- Wardani, D.A. and Dewi, R.S. (2020) ‘PENGARUH BRAND IMAGE, WORD OF MOUTH, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN ELEKTRONIK SANKEN DI KOTA SEMARANG)’, *Jurnal Administrasi Bisnis*, X(2), pp. 1041–1048.