

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, D., Mubarak, A., (2016). *Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Minat Beli Konsumen*. 15(3), 61–76.
- Alistian, A. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Survei Pada Konsumen Scarlett di Toko Koleksi Tasik Termurah)*. 1(5), 582–586.
- Andini, P. N. & Lestari, M. T. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Tokopedia* 8(2), 2074–2082.
- Andrian (2019). *The Digital Marketing and Product Variety towards Purchasing Interest in Online Store Shopee (Case Study to Students of Class of 2016 Management Department Faculty of Economic University of Bhayangkara Jakarta Raya)*. 3, 14–24.
- Arum, D., & Hasanah, A. (2022). *Pengaruh Karakteristik Brand Ambassador Audi Marissa Terhadap Kesadaran Merek White Story Bagi Mahasiswi S1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Yarsi*. 1(1), 9–15.
- As'ad, A. (2018). *Celebrity Endorser pada Jejaring Sosial Instagram*. 1(1), 86–96.
- Desfitriady & Septian, K. (2022). *ETNIK : Jurnal Ekonomi – Teknik Pengaruh Celebrity Endorser dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Scarlett Whitening Melalui Sosial Media Instagram*
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). *Determinasi Keputusan Pembelian melalui Minat Beli : Brand Ambassador dan Brand Image (*

- Literature Review Manajemen Pemasaran*). 3(1), 30–42.
- Fauziah, N., Abdul, D., & Mubarak, A. (2019). *Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli : Studi Pada Produk Kecantikan*. 8(1), 37–44.
- Febriyani, D. A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Beli Online Pada Mahasiswa Ust Yogyakarta Pengguna Zalora. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Edisi 7). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19, Edisi Kedelapan* (Edisi 5). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Isnaini, M. F., & Rubiyanti, R. N. (2021). The Effect of Brand Ambassador Towards Buyers Interest Tiket . Com of West Java. *E-Proceeding of Management*, 8(1), 164–170.
- Laraswanti, N., & Setyawati, H. A. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorser , Brand Image , Brand Trust dan Variety of Selection Terhadap Minat Beli Body Lotion Scarlett Whitening*. 4(1), 97–111.
- Mccracken, G. (1989). of Endorsement. *Journal of Consumer Research*, 16(3), 310–321.
- Mujid, A., & Andrian, A. (2021). Strategi Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Minat Melanjutkan Sekolah. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 66. <https://doi.org/10.31599/jmu.v3i2.946>
- Osak & Pasharibu (2020). *ISSN : 2337-3067 Pengaruh Brand Ambassador dan*

- Tagline terhadap Keputusan Pembelian Online dengan Mediasi Brand Awareness* . 4, 357–380.
- Pandika, A. S., Sagir, J., & Darwini, S. (2021). *Pengaruh brand ambassador dan country of origin terhadap minat beli konsumen pada skin care korea*. 7(1), 125–142.
- Pradita, S. R., & Yulianita, N. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador Twice terhadap Minat Beli*.
- Putri, M. P. & Istianto, P. (2021). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening*. 4(2), 78–88.
- Priyatno, D. (2013). *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. Mediakom.
- Purbohastuti, A. wahyuni, & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37–46. <https://doi.org/10.24123/jbt.v4i1.2480>
- Satria, A. A. (2017). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36*. 2.
- Schiffman, L. G. & L. L. K. (2000). *Customer Behavior. Fifth Edition*. New Jersey: Prentice-hall,1nc.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Alih bahasa oleh Revyani Sahrial dan Dyah Anikasari. Edisi Kelima Jilid 1. Erlangga.
- Shimp, T. A. (2007). *Integrated Marketing Communication in advertising and promotion*. Thomson.

- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V . Wiratna. (2020) *metodologi penelitian bisnis & ekonomi*.
yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Utami, S. P., Setyowati, N., & Mandasari, P. (2020). *Celebrity Brand Ambassador and e-WOM as Determinants of Purchase Intention : A Survey of Indonesian Celebrity Cake*. 05001, 1–9.
- Yoel, D. A., Massie, J. D. D., Tielung, M. V. J., Tielung, M. V. J., & Ekonomi, F. (n.d.). *Pengaruh Brand Image dan Brand Ambassador terhadap Minat Beli Konsumen di Era New Normal Pandemi Covid-19 pada Baskin-Robbins Manado Town Square* .9(4), 136–145.
- Joan, Valerie <https://compas.co.id/article/penjualan-produk-kecantikan/> (diakses pada tanggal 19 Maret 2023).
- Hamasy, Al <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2022/10/25/bpom-menilai-industri-kosmetik-akan-tetap-berkembang> (diakses pada tanggal 19 Maret 2023).