

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Salam, & Abdiyanti, S. (2022). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Wanita Produk Skin Care Merek Ms Glow Di Kecamatan Sumbawa). *Accounting and Management Journal*, 6(1), 60–68. <https://doi.org/10.33086/amj.v6i1.2204>
- Ardiyanti et al., P. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada pembeli Kopi Bowongso di Kabupaten Wonosobo) *Jamasy : Jamasy* : 2, 100–108.
- Amin, A. M., Effect Of Product variation, Price, And Customer Experience Onpurchase Decisionof Ceramic Mulia Tile Atpt. Surya Asia Abadi In Pekanbaru Tinggi, S., Ekonomi, I., & Indonesia, P. (2019). *114 Kurs : Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis*. 4(1), 114–129.
- Aulia, F. N., Andrian, A., & Sumantyo, F. D. S. (2023). Peran Brand Ambassador (Song Joong Ki) Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Pada Produk Kecantikan Scarlett Whitening. *Jurnal Economina*, 2(9), 2518-2530..
- Dzakirah, F., Nasrul, N., & Sinarwaty, S. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over Di Kota Kendari. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13(1), 84. <https://doi.org/10.55598/jmk.v13i1.23311>
- Fadillah, I. A. & D. (2020). *Analisis Celebrity Endorsement, Variasi Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani Di Kota Surakarta*. 18(1), 14–20.
- Firdayanti, A., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Mie Lemonilo Di Kota Bekasi *Jurnal economina*. 2(September), 2628–2643.
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Golam Yazdani Showrav, D. (2018). *Factors Influencing Consumer Buying Behavior: A Study on Cosmetic Products in Dhaka City*.
- Indriyani, F., & Muslihat, H. A. (2023). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Makeover (Studi Kasus Pada Followers Twitter Make Over dan Pengguna Make Over)*. 3, 8161–8172.
- Inggasari, S. M., & Hartati, R. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan BrandTrust Terhadap Keputusan Pembelian Produk ScarlettWhitening. *Cakrawangsa Bisnis*, 3(1), 1–22.
- 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).. 2(1), 44–55.
- Kojongian, A. S. ., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.id pada Media Sosial Instagram. *Productivity*, 3(2), 157–161.
- Kotler, & Keller. (2015). *Manajemen Pemasaran* (13th ed., Vol. 2). Erlangga.
- Kotler, P. (2015). *Manajemen Ritel: (Strategi dan Implementasi Ritel Modern)* (Alih Bahasa Utami). Salemba Empat.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principle of Marketing* (15 ed.). Pearson Education. inc.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *PrinsipPrinsip Pemasaran* (13th ed., Vol. 1). Erlangga.
- Kridaningsih, A. (2020). *Pengaruh Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Amino Dari Ultimate Nutrition Di Kota Mojokerto*. VII(2), 153–162.
- Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524>
- Maulidya, D. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Wardah Di Kota Malang). 124.
- Meilaty et al., 2020. (2020). *Pengaruh Promosi, Store Atmosphere, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. 1(1), 20–24.
- Mewoh, F. M., Tampi, J. R., & Mukuan, D. D. (2019). Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 9(1), 35-42.
- Nikmatur, R. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*.
- Novi agustina dan Ita Purnama. (2021). Pengaruh Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Masker Pada Era Pandemi Covid-19 Di Kota Bima. *Journal Scientific Of Mandalika (JSM)* e-ISSN 2745-5955 | p-ISSN 2809-0543, 2(9), 457–469. <https://doi.org/10.36312/10.36312/vol2iss9pp457-469>
- Pandiangan, K., & Atmogo, Y. D. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity : Brand Trust , Brand Image , Perceived Quality , & Brand*. 2(4), 471–484.
- Purwati, A. A., Siahaan, J. J., & Hamzah, Z. (2019). Analisis Pengaruh Iklan, Harga dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Rumah Mebel Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 30(1), 20-28.

- Putra, P. Y., & Ningrum, S. (2019). The Influence of Celebrity Endorser, Brand Image, and Brand Trust on Consumer Purchasing Decisions of Nike Brand Sport Shoes In Surabaya. *Journal of World Conference (JWC)*, 1(1), 208–218. <https://doi.org/10.29138/prd.v1i1.61>
- Rachmaningtyas, P., & Surianto, M. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobistek*, 2(April), 389–396. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v1i1.459>
- Rahmani, R. G., Bursan, R., Ms, M., Wiryawan, D., & Ekombis, U. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorsement , Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Somethinc by Irene Ursula)*. 10, 431–438.
- Rini Wijayaningsih. (2019). Buku: Memahami Manajemen Strategi Sebagai Sebuah Sistem. Halaman Moeka Publishing.
- Rosita, D., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 494–505. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.200>
- Rustianah, Bintarti, S., Wicaksana, P. S. I., & Sari, R. (2022). The Effect Of Product Quality, Product Variation And Promotion Towards The Purchase Decision Of Viva Cosmetics-The Effect Of Product Quality, Product Variation And Promotion Towards The Purchase Decision Of Viva Cosmetics. *Jurnal Ekonomi*, 11(01), 448–453. <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>
- Santoso, R., Erstiawan, M. S., & Kusworo, A. Y. (2020). Inovasi Produk, Kreatifitas Iklan Dan Brand Trust Mendorong Keputusan Pembelian. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 5(2), 133–145. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v5i2.14369>
- Saputra, M. B., Said, M., & Putri, Y. A. (2024). *Pengaruh Keragaman Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian*. 08, 69–81.
- Saputri, A. D., & Sani, E. P. (2022). Pengaruh Variasi Produk Dan Strategi Promosi Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Somethinc: The Effect of Product Variations and Promotional Strategies Through Instagram on Purchase Decisions on Somethinc Products. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 7-28.
- Shandy, B. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Wom Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha: The Effect Of Celebrity Endorser And Wom On Purchase Decision Of Yamaha Motor. *Digest Marketing*, 3(1), 7-14.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Bandung: Alfabeta
- Sugiyono (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung:

Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating Pada Startup Business Unicorn Indonesia. *Journal of Business Studies*, 4(1), 41-53..

Suryaningrum, I., & Sumitro. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Attachment, Brand Trust, Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Jurnal Manajemen STEI*, 01(02), 1–17.

Syafitri, R. (2019). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Brunbrun Paris Plaza Medan Fair.

Wahyoedi, S., & Tj, H. W. (2022). *The Influence of Celebrity Endorsements on Purchase Decisions Mediated by Brand Image and Perceived Brand Quality of MS Glow Cosmetics Products* Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh Brand Image dan Perceived Brand. 2(3), 1439–1460.

Wardhana, H. W., Wahab, Z., & Shihab, M. S. (2021). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Zalora dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi*. XII(3), 431–446.

Yolandia, S. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Keputusan Pembelian Pada TB ISNA Tulungagung. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(5), 557-566.

Zahra, K. F., Listyorini, S., & Pinem, R. J. (n.d.). *Pengaruh Celebrity Endorser , Electronic Word Of Mouth , Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Koesmetik Wardah di Kota Semarang)* 965–973.

Zulkarnain, V. C. (2021). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kacang Mayasi*. 6.