

DAFTAR REFERENSI

- Agatha, C., Tumbel, A., & Soepeno, D. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Oriflame Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 131–140. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i1.22291>
- Ahmad, M., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. F. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 25–31. <https://doi.org/10.35797/jab.10.1.2020.28826.25-31>
- Alatas, S. L., & Tabrani, M. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Credibility. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 9(1), 91–105. <http://www.jurnal.unsyiah.ac.id/JInoMan>
- Algiffary, M. A., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Widiyanti, M. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Online Advertising Dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia. *AMAR (Andalas Management Review)*, 4(2), 16–31. <https://doi.org/10.25077/amar.4.2.16-31.2020>
- Andriana, N. C., & Ngatno, D. D. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 198–208.
- Ayu, I. (2021). *Industri Kosmetika Diproyeksi Tumbuh 7 Persen Tahun Ini*. Ekonomi.Bisnis.Com. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210412/257/1379994/industri-kosmetika-diproyeksi-tumbuh-7-persen-tahun-ini>
- Bramantya, Y., & Jatra, I. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Unud*, 5(3), 1771.
- Calvo-Porrall, C., Rivaroli, S., & Orosa-González, J. (2021). The Influence of Celebrity Endorsement on Food Consumption Behavior. *Foods*, 10(9), 16. <https://doi.org/10.3390/foods10092224>
- Destiani, G. P., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Mie Sedaap Korean Spicy Chicken Di Bandung. *E-Proceeding of Management*, 7(1), 1219–1228.
- Fallahnda, B. (2021). *Prediksi Tren Skincare di Tahun 2021 Menurut Ahli Dermatologi*. Tirto.Id. <https://tirto.id/prediksi-tren-skincare-di-tahun-2021-menurut-ahli-dermatologi-f9ok>
- Fauzy, N. E. N., & Rafikasari, E. F. (2020). Pengaruh Harga, Kemasan, Kualitas Produk, Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Produk Le Minerale. *Jurnal Dinamika Penelitian*, 20(02), 266–284.
- Febrianto, S., Widiana, M. E., & Rosyafah, S. (2018). Pengaruh Visibility, Credibility, Attraction, dan Power Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Smartphone Oppo di Surabaya. *Jurnal Manajemen Branchmarck*, 4(1), 55–65.
- Hair, J. F., Black, J. W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). Multivariate Data Analysis. *Pearson New International Edition*, 816.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi

- Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*, 4(3), 415–424. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>
- Hartadi, N., & Husda, N. E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Tanjung Uncang Di Kota Batam. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(3), 34–43. <https://doi.org/10.35794/emba.v8i3.29412>
- Hermanto, & Saputra, R. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Smartphone Xiaomi (Studi Kasus di Jakarta Barat). *Business Management Journal*, 15(1), 1–11.
- Hidayah, S. A., & Apriliani, R. A. E. . (2019). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, dan Daya Tarik Promosi terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan (Studi Pada Pasar Grosir Setono Batik Pekalongan). *Journal of Economic, Business and Engineering*, 1(1), 24–31. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jebe/article/view/872>
- Hilaliyah, S. A., Djawahir, A. H., & Susilowati, C. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk yang di Moderasi Oleh Suasana Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa Pelanggan Kafe Ria Djenaka Malang). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 172–187. <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm/article/view/1699>
- J., D. N., & Setiadi, S. E. M. M. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*. Prenada Media Group.
- Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>
- Kamil, A. I., & Ananda, N. A. (2021). Minat Beli Susu L-Men Yang Dipengaruhi Brand Image Dan Celebrity Endorser Pada Masyarakat Kecamatan Unter Iwes. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 1–8.
- Kamilah, G., & Wahyuati, A. (2017). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(2), 1–18.
- Kurniawan, R., & Krismonita, Y. A. (2020). Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Giant Expresss Sukabumi. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, XI(2), 145–154. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/coopetition/article/view/112>
- Limantara, Y. D. P. (2017). Pengaruh Customer Perception Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Multiattribute Attitude Model Pada Produk Makanan Organik. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(2), 69–77. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.11.2.69-78>
- Mao, Y., Lai, Y., Luo, Y., Liu, S., Du, Y., Zhou, J., Ma, J., Bonaiuto, F., & Bonaiuto, M. (2020). Apple or Huawei: Understanding flow, brand image, brand identity, brand personality and purchase intention of smartphone. *Sustainability (Switzerland)*, 12(8), 22. <https://doi.org/10.3390/SU12083391>
- Marcinda, A. (2020). *Anugrah Pakerti, Sosok di Balik Avoskin yang Tak Ingin Konsumennya Terjebak Dengan Hasil Instan*. Soco.Id.

- <https://www.soco.id/post/beauty/5ef343b21cab24765935167/perjalanan-avoskin-membangun-bisnis-hingga-misi-edukasi-konsumen>
- Mareta, L. P., & Kurniawati, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Minat Beli Ulang Shampo Rejoice. *Jurnal EcoGen*, 3(3), 400–409.
- Nurochani, N., & Mulyana, D. (2017). Pengaruh Servicescape Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Klinik Bersalin Bunga Mawarni Kota Banjar). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 11–15. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.11.1.11-15>
- O, R., Sari, R. A., & Akhmal, A. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Irwansyah Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Kue Kekinian Medan Napoleon. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 07(02), 59–64. <https://ejurnal.plm.ac.id/index.php/BIS-A/article/view/napoleon>
- Prastiyan, M., & Suhartono. (2020). Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Advan Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Di Wilayah Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen*, 7(1), 58–74. <https://doi.org/10.32477/jrm.v7i1.188>
- Qonita, A. (2018). Analisis Pengaruh Iklan, Celebrity Endorser, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Wardah Kosmetik. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(8), 121–131. <https://jurnalfe.ustjogja.ac.id/index.php/ekobis/article/view/1594>
- Ramlawati, & Lusyana, E. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Wardah Pada Mahasiswi Hpmm Cabang Maiwa Di Makassar. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi Review (MANOR)*, 2(1), 65–75.
- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 1–14.
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen* (cetakan 1). Alauddin University Press.
- Rossanty, Y., Tuah, M. D., Nasution, P., & Ario, F. (2018). *Consumer Behaviour in Era Millenial*. lembaga penelitian dan penulisan ilmiah AQLI.
- Salimun, & Sugiyanto. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Rumah Makan Begal (Bebek Galak). *Jurnal Sosial Humaniora*, 2(1), 563–577.
- Santoso, D. A., Erdiansyah, R., & Pribadi, M. A. (2018). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Innisfree. *Prologia*, 2(2), 286–290. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3589>
- Semuel, H., & Wibisono, J. (2019). Brand Image, Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Jaringan Supermarket Superindo di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 27–34. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.27>
- Setyaningsih, E., & Sugiyanto. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Produk Deavhijab Fashion. *Jurnal Riset Humanities, Management and Sciene*, 1(2), 406–412. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH/article/view/11327>
- Sigit, K. N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 21(1), 157–168. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v21i1.1236>

- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh brand ambassador, Minat Beli dan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.
- Sugiyono. (2014). *Statistika Untuk Penelitian* (Cetakan 19). ALFABETA.
- Suhardi, D., & Irmayanti, R. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 53–62. <https://doi.org/10.33603/jibm.v3i1.2086>
- Superwiratni. (2018). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Menginap Di Cottage Daarul Jannah. *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 8(2), 99–110. <https://doi.org/10.17509/thej.v8i2.13743>
- Tambunan, E. (2019). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Mahasiswa Farmasi pada Kosmetik Wardah di Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan. *Jurnal Ilmiah Integritas*, 5(1), 55.
- Tjiptono, & Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi Keempat* (Edisi I Yo).
- Umami, I. M. (2020). *Panduan Cek Skincare Asli atau Palsu*. Beautynesia.Id. <https://www.beautynesia.id/berita-skincare/6-panduan-cek-skincare-asli-atau-palsu-yuk-bedakan/b-172188>
- Wiryanthy, N., & Santoso, S. (2019). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara*, 2(1), 87–96.
- Yoebrianti, A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Produk Fashion dengan Gaya Hidup Sebagai Variable Moderator (Survei Konsumen pada Jejaring Sosial). *Jurnal Manajemen*, 8(1), 20–41.
- Zulfiana, F. A., Hidayati, N., & Athia, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Pada Produk Scarlett Whitening. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 89–96.