

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Adeni Yuha, J., Suhud, U., & Rahmi, R. (2024). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian pada produk Dessert di Wilayah Jakarta. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 4(1), 162–178. <https://doi.org/10.47467/visa.v4i1.6080>
- Adiba, S. T., Suroso, A., & Afif, N. C. (2020). The Effect of Celebrity Endorsement on Brand Image in Determining Purchase Intention. *Journal of Accounting, Business and Management (JABM)*, 27(2), 60. <https://doi.org/10.31966/jabminternational.v27i2.700>
- Aditya I Gede Golden, Y. N. K. Y. (2024). *Niat Beli Ulang : Persepsi Harga, Brand Image, dan Kualitas Produk*. Pt. Media Putaka Indo.
- Arissaputra, R. (2024). *Purchase Intention Produk Fesyen Lokal Berdasarkan Analisis Celebrity Endorsement Dan Brand Image*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Aulia, S., & Basar Maringan Hutaauruk. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Garnier (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Pelita Bangsa). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1182–1191. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1242>
- Calvo-Porrá, C., Rivaroli, S., & Orosa-González, J. (2021). The influence of celebrity endorsement on food consumption behavior. *Foods*, 10(9), 1–16. <https://doi.org/10.3390/foods10092224>
- Dila Khoirin anisa, & Novi Marlina. (2022). Pengaruh User Generated Content Dan E-Wom Pada Aplikasi Tik-Tok Terhadap Purchase Intention Produk Fashion. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(2), 207–218. <https://doi.org/10.56338/jsm.v9i2.2610>
- Effriena Brillianty, & Anton P.W. Nomleni. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Scarlett.

Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi, 2(1), 72–77.
<https://doi.org/10.55606/jurima.v2i1.153>

Farah Aqiella Sakinatun, & Soepatini. (2023). Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Empiris pada Konsumen Pengguna TikTok Shop di Wilayah Surakarta). *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20(2), 242–254.
<https://doi.org/10.31851/jmwe.v20i2.12056>

Farouq, F., & Rusdi, F. (2023). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Erigo Apparel). *Kiwari*, 2(1), 62–67.
<https://doi.org/10.24912/ki.v2i1.23053>

Fitria, I. (2023). *Efektivitas Dukungan Selebriti dan Citra Merek terhadap Intensi Membeli Produk Oreo Blackpink di Mediasi oleh Sikap Merek*.

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponogoro.

Hartanto Bobby, I. L. (2022). *Minat Beli di Marketplace Shopee*. PT. Inovasi Pratama.

Hidayanti, I. (n.d.). *Ida Hidayanti*. 6.

Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 44.
<https://doi.org/10.35797/jab.8.1.2019.23499.44-54>

Keller, P. K. dan K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.

Lukitaningsih, A., Ningrum, N. K., & Muttaqin, F. A. (2023). Pengaruh Brand Image, Store Atmosphere, Product Quality dan Service Quality terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Pelanggan Mie Gacoan Yogyakarta). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 372. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.794>

Marwanto, B., Welsa, H., & Kurniawan, I. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (pada Konsumen Produk Sayuran Cv Tani Organik Merapi Pakem Sleman). *Jurnal Kolaboratif Sains*, 5(2),

120–128. <https://doi.org/10.56338/jks.v5i2.2251>

- Maulidah, F., & Russanti, I. (2021). Faktor–faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap pakaian bekas. *E-Journal*, 10(3), 62–68. <http://jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/PARADOKS/article/view/820>
- Meithiani, I. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Mishra, A., Jha, S., & Nargundkar, R. (2021). The role of instructor experiential values in shaping students' course experiences, attitudes and behavioral intentions. *Journal of Product & Brand Management*, 30(6), 898–915. <https://doi.org/10.1108/JPBM-11-2019-2645>
- Moslehpour, M., Ismail, T., Purba, B., & Wong, W. K. (2022). What makes go-jek go in indonesia? The influences of social media marketing activities on purchase intention. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 17(1), 89–103. <https://doi.org/10.3390/jtaer17010005>
- Mowen, M. M. (2015). *Perilaku Konsumen Jilid 1*. (Alih Bahasa Rio, Yulihar, & Reni).
- Mustika, M. A. C., Suwarni, E., & Anggarini, D. R. (2023). Pengaruh Customer Experience dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Mixue Ice Cream And Tea di Kota Bandar Lampung. *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 2(2)(2), 35–46.
- Niken Puspita Sari, & Tri Sudarwanto. (2022). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SKINCARE MS GLOW (Studi Pada Konsumen MS Glow di Jawa Timur). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 25–40. <https://doi.org/10.51903/jimeb.v1i2.345>
- Nugrah, Latief, F., & Agunawan. (2023). Pengaruh Celebrity Endorse dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Minuman YOTTA. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 71–80. <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/malomo/article/download/3449/1725>

- Pahmi. (2024). *Kualitas Produk dan Harga*. Nas Media Pustaka.
- Pakpahan, E. S. B. (2017). Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen YOU-C 1000 Vitamin di Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 4(1), 721–734.
- Phetnoi, N., Siripipatthanakul, S., & Phayaphrom, B. (2021). Factors Affecting Purchase Intention Via Online Shopping Sites and Apps During COVID-19 in Thailand. *Journal of Management in Business, Healthcare, and Education (JMBHE)*, 1(1), 1–17. <https://ssrn.com/abstract=3998711>
- Prasetya, A. Y. (2020). Analisis Variety Seeking , Atribut Produk dan Price Terhadap Brand Switching dari Taksi Konvensional ke Online. *Proceeding Seminar Nasional & Call For Papers Analisis, November*, 1–19.
- Prabowo, A., Lubis, A. N., & Sembiring, B. K. F. (2021). The Effect of Promotion and Servicescape on Impulsive Buying Behavior with Shopping Emotion as Intervening Variables for Consumers Store of Fashion H&M in Sun Plaza Medan, North Sumatera, Indonesia. *International Journal of Research and Review*, 8 (2), 235-252.
- Prabowo, A., Wahyuni, E. S., Bakti, S., Sari, P. B., & Rossanty, Y. (2022). Does Raising Environmental Awareness and Creating Pro-Environmental Attitudes Drive the Intention to Revisit Among Visitors?. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(3).
- Prabowo, A. (2023). Determinan Peningkatan Kepuasan Pelanggan Pada PT. Mondelez Internasional Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, 4(2), 83-97.
- Prabowo, A., & Sari, E. P. (2022). Analisis Experiential Marketing dan Electronic Word of Mouth Terhadap Repurchase Intention pada Penumpang Maskapai Penerbangan di Kota Medan Pasca Pandemi. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 12(2), 125-136.
- Prabowo, A., & Risal, T. (2023). Peran Enterpreneurial Orientation Dan Social Media Marketing Terhadap Peningkatan Strategi Bersaing (UMKM) Coffe Shop Pada Era Modern Customer di Kota Medan. *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 9(1).

- Prabowo, A., Aspan, H., Wahyuni, E. S., & Lestari, I. (2024). Anteseden shopping emotion konsumen dalam berbelanja brand fashion Uniqlo. *Management Studies and Business Journal (PRODUCTIVITY)*, 1(5), 826-834.
- Prabowo, A., Pohan, Y. A., Adam, A. A., Aulanda, N. F., & Roni, S. (2024). Transformasi Era Digitalisasi Dalam Membentuk Jiwa Leadership Pada Gen-Z Dan Millenial. *Kolaborasi: Jurnal Hasil Kegiatan Kolaborasi Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 01-12.
- Prabowo, A., Rizki, S., Simatupang, J., Sari, E. P., & Kurniawan, I. (2023). Optimalisasi Pemanfaatan Social Media Dalam Menciptakan Personal Branding Bagi Para Tenaga Pendidik Era Society 5.0 Di Sekolah Pelangi Medan. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 4(3), 254-260.
- Putri, L. H. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy. *Performa*, 1(2), 162–170.
- Raab Gerhard, Goddard G. Jason, Ajami Riad A, U. A. (2016). *The Psychology of Marketing Cross-Cultural Perspectives*. Routledge.
- Rusli, M. R. A., Sugiyanto, F., & Rahayu, M. (2023). Pengaruh Direct Marketing dan Product Quality Terhadap Minat Beli Ulang Pada Live Streaming Marketing Shopee (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kampus Darmajaya Bandar Lampung). *Jurnal Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 000, 268–279.
- Safitri, A., & Septrizola, W. (2019). Pengaruh Dissatisfaction , Variety Seeking , Electronic Word of Mouth , dan Religiosity terhadap Brand Switching Produk Kosmetik Lain ke Kosmetik Wardah pada Mahasiswi Universitas Negeri Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 01(1), 26–35.
- Sari, A., Alexandro, R., Uda, T., Sri, R., & Hariantama, F. (2022). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI PONDOK AREMA PALANGKA RAYA The Effect Of Price And Product Quality On Consumer Purchase Interest In Pondok Arema Palangka Raya. *Neracajurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(2), 71–76.

<http://journal.umpalangkaraya.ac.id/index.php/neraca>

Schiffman, L. G. dan L. L. K. (2004). *Perilaku Konsumen. Edisi Ketujuh*. Alih Bahasa Drs. Zoelkifli Kasip.

Septiani, S., Sri Purwanti, R., & Toto. (2020). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Dan Variety Seeking Terhadap Brand Switching (Suatu Studi Pada Konsumen Toko Elin Kosmetik Yang Berpindah Dari Sariayu Ke Wardah). *Business Management And Entrepreneurship Journal*, 2(September), 67–81. <https://jurnal.unigal.ac.id/bmej/article/view/3767>

Setiawan, E., Leindarita, B., Santoso, N. K., Friassantano, R., & Lidya, M. (2023). Pengaruh Social Media Marketing dan Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Produk Yogurt Cimory pada Mahasiswa STIE Tanjungpinang. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 3(7), 1445–1458.

Sudaryana, A., Susilowati, F., & Hanung Fidriana, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan Merek, Celebrity Endorser dan Getok Tular terhadap Minat Beli Produk Skincare Merek Ms Glow di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Bisman (Bisnis & Manajemen) : The Journal of Business and Managment*, 6(2), 12. <http://ejurnal.unim.ac.id/index.php/bisman/article/view/2579/1194>

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R%D*. Alfabeta.

Susanto, Y., & Realize, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada PT Ndexindo Mandiri Indonesia. *ECo-Buss*, 5(2), 508–518. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i2.459>

Thi Ngoc Lan, T., & Thanh Trung, T. (2024). Consumer ethnocentrism, cosmopolitanism, product judgment, and foreign product purchase intention: An empirical study in Vietnam. *Innovative Marketing*, 20(2), 116–127. [https://doi.org/10.21511/im.20\(2\).2024.10](https://doi.org/10.21511/im.20(2).2024.10)

Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan

Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>

Trissetianto, A. C., & Wibowo, M. W. (2024). The Influence of Celebrity Endorser Credibility on Purchase Intention Mediated By Brand Love and BGBC. *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, 07(02), 563–573. <https://doi.org/10.47191/ijmra/v7-i02-19>

Vandiah, H. (2022). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Skincare Scarlett*. 1(4), 150–158.

Wahyuni, D., & Kurniawati, T. (2018). Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, Dan Variety Seeking Terhadap Brand Switching Susu Anlene Ke Merek Lain Di Foodmart Basko Grand Mall Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(2), 416. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v1i2.4763>

Wardhani, Y., Ariningsih, E. ., & Prasaja, M. . (2023). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Product Quality Terhadap Purchase Decision Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Volatilitas*, 5(5), 233–253.