

DAFTAR REFERENSI

- Ambarwati, Miki, Sunarti, and Mukhammad Kholid Mawardi. 2015. "(Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent)." 25(1).
- Ayu, I Gusti, Dyani Puspita, and Ni Nyoman Yulianthini. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Produk Lipstik Wardah Di Kecamatan Buleleng." *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 13(1).
- Bambang, Abas, and Meyzi Heriyanto. 2017. "Pengaruh Brand Equity Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Konsumen Mobil Merek Toyota Kijang Innova (Survey Konsumen Pada Dealer PT. Agung Automall Cabang Sutomo Pekanbaru)." *Journal of Chemical Information and Modeling* 4(2): 1–11.
- Damanik, Sri Winda Hardiyanti, and Rakhmawati Purba. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Bedak Tabita Skincare." *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 4(2): 335.
- Dewa, Chriswardana Bayu. 2018. "Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Wisatawan Yogyakarta Pada Produk Oleh-Oleh Jogja Scrummy." *Jurnal Manajemen* 8(1): 1–9.
- Dharmayana, I, and Gede Rahanatha. 2017. "Pengaruh Brand Equity, Brand Trust, Brand Preference, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Membeli Kembali." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 6(4): 253933.
- Evan, Anthony, and Ricky Noviyandi. 2020. "How Celebrity Endorsement Influences Consumer ' s Purchase Intention of Fashion Products on Instagram How Celebrity Endorsement Influences Consumer ' s Purchase Intention of Fashion Products on Instagram." (May).
- Fenny, Fenny, and Riris Loisa. 2021. "Pengaruh Endorsement Oleh Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Kosmetik." *Prologia* 5(1): 94.
- Ghozali imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 23*. Semarang: BPF Universitas Diponegoro.
- Harman Malau. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Jan, Muhammad Tahir et al. 2019. "Elements of Advertisement and Their Impact on Buying Behaviour: A Study of Skincare Products in Malaysia." *Management Science Letters* 9(10): 1519–28.
- Japarianto, Edwin, and Stephanie Adelia. 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.
- Khan, Afsheen, and Samreen Lodhi. 2016. “INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSEMENT ON CONSUMER PURCHASE DECISION: A CASE OF KARACHI.” *Imperial Journal of Interdisciplinary Research (IJIR)* 2: 102–11.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management*. 15e ed. Pearson Education.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. 2012. *Principles of Marketing*. Global Edi. Person Education.
- Kotler, Philip, and K. L. Keller. 2012. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Ketigabel. Jakarta: PT. Indeks.
- Kresnardi, Vito Collins. 2017. “Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Buying Intention Melalui Self-Brand Connection Pada Dum Dum Thai Drinks Surabaya.” *Jurnal Universitas Kristen Petra*: 1–8.
- Lazuardi, Dedy. 2018. “Pengaruh Celebrity Endorser Dan Iklan Terhadap Minat Beli Sepatu Olahraga Nike (Studi Kasus.” *Riset Manajemen & Bisnis (JRMB)* 3(2): 1–7.
- Madiawati, Putu Nina, Mahir Pradana, and Luthfiany Alrasyid. 2018. “Analysis of Celebrity Endorsement Influence on Purchase Interest: The Case Study of a Skincare Product.” *The EURASEANs: journal on global socio-economic dynamics* 3(3(10)): 44–51.
- Mamahit, Philius, Agus Supandi Soegoto, and Willem Alfa Tumbuan. 2015. “Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Quality Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota All New Yaris.” *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 15(05): 777–87.
- Margahana, Helisia. 2020. “ANALISIS PENGARUH IKLAN ONLINE TERHADAP MINAT BELI : STUDI KASUS PENGGUNA APLIKASI E-COMMERCE DI OKU TIMUR Corresponding Author : STUDI KASUS PENGGUNA APLIKASI E-COMMERCE DI OKU TIMUR.” *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 5(2): 145–54.
- Meilano, Yolana et al. 2020. “Analisis Pengaruh Customer Engagement Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skind Aesthetic Analysis of the Effect of Customer Engagement and Brand Trust on Purchase Decisions on Skind Aesthetic Products.” *e-Proceeding of Applied Science* 6(2): 886–93.
- Meliana, Vina, and Sebastian Evan. 2020. “Pemanfaatan Brand Awareness Dan

- Brand Trust Terhadap Minat Beli Produk Terbaru.” 7(1): 44–48.
- Mubarok, Dadan Abdul Aziz. 2016. “Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Mahasiswa Kelas Reguler Sore STIE INABA Bandung).” *Jurnal Indonesia Membangun* 3(1): 61–76.
- Mulyadi, Maria M Margareta, and Leonardo Budi Hasiholan. 2015. “Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Mie Sedap Di Pasar Pedurungan Kidul Semarang).” *Journal of Management* 1(1): 110.
- Nainggolan, Nora Pitri, and Heryenzus Heryenzus. 2018. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah Di Kota Batam.” *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 19(1): 41–54.
- Natsir, Nurida, and Sri Ernawati. 2020. “Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pengguna Handphone Oppo Di Kota Bima.” *Jurnal Ilmiah Manajemen “E M O R”* 4(1): 1.
- Penitasari, Nurul. 2017. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Abon Lele.” *Management Marketing*: 10–24.
- Putra, Algamar. 2019. “Pengaruh Iklan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Texas Chicken Pekanbaru).” *Kemampuan Koneksi Matematis (Tinjauan Terhadap Pendekatan Pembelajaran Savi)* 53(9): 1689–99.
- Sanny, Lim, Aisha Nur Arina, Ratu Tasha Maulidya, and Ressay Putri Pertiwi. 2020. “Image and Brand Trust.” *Management Science Letters* 10: 2139–46.
- Sari, Khairunnisa Permata. 2021. “Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I.” *Jurnal Sosial dan Budaya Syar’i* 8(1): 207–36.
- Savitri, N. 2017. “Pengaruh Celebrity Endorser Dan Iklan Melalui Media Televisi Terhadap Minat Beli Pada Tokopedia Di Denpasar.” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 6(8): 253221.
- Setiawan, Budi, and Celia Celesta Rabuani. 2019. “Pengaruh Iklan Dan Endorser Terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian.” *Riset* 1(1): 001–015.
- Setiawan, Livya. 2018. “Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Green Tea Esprecielo Allure.” *Manajemen Pemasaran* 12(1): 53–59.
- Setiawaty, N. 2017. “Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series (Studi Kasus Mahasiswa/I Universitas Gunadarma, Depok).” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* 22(1): 96601.
- Siddiq, Akmal. 2014. “ANALISIS EWOM, BRAND IMAGE, BRAND TRUST DAN MINAT BELI PRODUK SMARTPHONE DI SURABAYA.” *Jurnal*

- Manajemen Pemasaran* 2(2): 1–7. Sihombing, Dandy Hasudungan. 2016. “Pengaruh Iklan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Niat Beli Konsumen Internet 4G Plus Indosat Ooredoo Di Kota Surabaya.” 264: 264–72.
- Solihin, Olih. 2015. “Terpaan Iklan Mendorong Gaya Hidup Konsumtif Masyarakat Urban.” *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi* Volume V N(2): 41–50.
- Sudirjo, Frans. 2018. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen AMDK Amidis Di Semarang.” *e-jurnal Serat Acitya* 7(1): 910–17.
- Sugiardi, Agustin Bayu et al. 2017. “Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) ISSN : 2337-6708 Volume 03 Nomor 03 Tahun 2017 Pengaruh Iklan Dan Atribut Produk Terhadap Brand Awareness Pada Produk Hufagripp Abstrak Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) Volume 03 Nomor 03 Tahun 2017.” 03.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- . 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- . 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- . 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Jakarta: Alfabeta.
- . 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- . 2018. *Metode Penelitian Bisnis Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardi, Dadang, and Rika Irmayanti. 2019. “Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen.” *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen* 3(1): 53.
- Utomo, Ichsan Widi. 2017. “PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS, DAN BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY PELANGGAN ONLINE SHOPPING (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda).” VIII: 76–84.
- Vidyanata, Deandra. 2019. “Peran Brand Credibility Sebagai Mediasi Pengaruh Strategi Celebrity Endorsement Terhadap Brand Equity.” *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* 12(2): 2–5.