

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum.
- Ahdiat, A. (2024, Januari 10). *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Januari-Desember 2023)*. Dipetik Januari 20, 2024, dari databoks.katadata.co.id:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/10/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>
- Devi, A. C., & Fadli, U. M. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Produk E-Commerce Shopee di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Journal Student Research*, 1(5).
- Dewi, I. J. (2005). *Perspektif Baru dalam Strategi Branding, Bisnis dan Karir*. Yogyakarta: Amara Books.
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, H. (2018). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen* (1 ed.). Yogyakarta: BPF.
- Erdogen, Z. (1999). Celebrity Endorsement: A Literature Review. *Journal of Marketing Management*, 15(4).
- Firdaus, J., Sudarmiati, & Hermawan, A. (2022). The Effect of Celebrity Endorsements on Purchase Intention through Brand Image and Brand Awareness Study on Scarlett Whitening Skincare consumers. *International Journal of Economics, Management, Business, and Social Science (IJEMBIS)*, vol. 2, no. 2.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management Building, Measuring and Managing Brand Equity* (4 ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. London: Pearson Education Limited.
- Kriyantono, R. (2013). *Public Relations & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis & Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Miswanto, M., Mubarak, R. R., & Wijaya, N. H. (2019). The Effect of Brand Image, Brand Trust and Reference Group on the Buying Decision of Sneakers. *International Journal of Financial, Accounting, and Management (IJFAM)*, vol. 1, no. 2.
- Mittal, M. (2017). Impact of Celebrity Endorsements on Advertisement Effectiveness & Purchase Decision Among Youths. *International Journal of Marketing and Business Communication*, 6(4).
- Muhammad, N. (2023, Agustus 28). *5 Merek Sampo dengan Pangsa Pasar Terbesar di E-Commerce, Pantene Juaranya*. Dipetik Januari 2, 2024, dari databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/08/28/5-merek-sampo-dengan-pangsa-pasar-terbesar-di-e-commerce-pantene-juaranya>
- Ningrum, A. P., & Marlien, R. (2023). Do Celebrity Endorsers Influence the Purchase Decision at the NV Glow Clinic in Semarang? *International Conference of Multidisciplinary Studies*, vol. 2, no.1.
- Novansa, H., & Ali, H. (2017). Purchase Decision Model: Analysis of Brand Image, Brand Awareness and Price (Case Study SMECO Indonesia SME Products). *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*, vol. 2, no. 8.
- Noviani, R., Nursanti, A., Noviasari, H., & Andreas, P. (2023). Impact of Celebrity Endorsement, Product Quality, and Brand Image on Purchasing Decisions and Customer Satisfaction of MS Glow Products in Pekanbaru City: A Formal Analysis. *West Science Interdisciplinary Studies*, vol. 01, no. 10.
- Novita, W., & Sudaryanto, B. (2022). Analisis Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Purchase Intention dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening (Studi pada pengguna Lipstik Merek Wardah di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, vol.11, no.6.
- Nur, K., & Rahmidani, R. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser dan Iklan Vidio terhadap Brand Image Produk Pembersih Wajah Garnier pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *EcoGen*, 3(2).
- Pudyaningsih, R., Imaduddin, W., Mufidah, E., & Ardiyanti, E. P. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi.
- Putri, R. (2023, Juni 2). *Popbela Beauty Awards 2023 Digelar, Ini Daftar Pemenangnya!* Dipetik Januari 10, 2024, dari popbela.com:

<https://www.popbela.com/beauty/make-up/reghan-putri/popbela-beauty-awards-2023-digelar-ini-daftar-pemenangnya>

Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus-Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2009). *Perilaku Konsumen* (7 ed.). Indeks.

Shimp, T. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi* (8 ed.). Jakarta: Salemba Empat.

Solimun, A. (2010). *Metode Partial Least Square-PLS*. Malang: CV Citra Malang.

Sufian, A., Sedek, M., Lim, H. T., Murad, M., & Jabar, J. (2021). The Effectiveness of Celebrity Endorsement in Online Advertisement towards Consumer Purchase Intention. *Revista Gestao Inovacao Tecnologias*, 11(3).

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (2 ed.). Jakarta: Ghalia Indonesia.

Syahidah, H. (2023, Juli 6). *Bagaimana Laju Industri Kecantikan Saat Ini?* Dipetik Mei 10, 2024, dari LODI: <https://lodi.id/2023/07/06/bagaimana-laju-industri-kecantikan-saat-ini/>

Tarigan, R. S., Tandung, J. C., Sutrisno, A. K., & Viriyani. (2023). The Effect of Celebrity Endorsement on Purchase Intention. *International Journal of Financial and Investment Studies (IJFIS)*, vol. 4, no.1.

Top Brand Award. (t.thn.). Diambil kembali dari Top Brand Award: https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=1&id_subkategori=473

Umar, H. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Wachyuni, S. S., & Priyambodo, T. K. (2020). The Influence of Celebrity Endorsement in Restaurant Product Purchase Decisions Making. *International Journal of Management Innovation & Entrepreneurial Research*, vol. 6, no. 2.

- Wardhana, A. (2022). *Brand Marketing The Art Of Branding*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Wardhani, & Sukresna. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser Korea Selatan Pada Brand Equity Dengan Brand Credibility Dan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Pengguna Produk Whitelab). *Diponegoro Journal of Management*, vol.12, no.5.
- Wibasuri, A., Oskar, Y., & Saputri, D. (2022). The Influence of Celebrity Endorsement, Brand Image and Brand Trust on Samsung Galaxy Smartphone Purchase Decision. *Jurnal Darmajaya*.
- Wijaya, S. N. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Pada Produk Sportswear Merek Under Armour. *AGORA*, 8(2).