

DAFTAR PUSTAKA

- Adriana, Teresa, and Lena Ellitan. 2022. "Pengaruh Social Media Marketing Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Pada Scarlett- Whitening Di Surabaya." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen : JUMMA* 11(1): 21–29.
- Aini, Hikmatul. 2023. "Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Manajemen Bisnis Syariah*.
- Alfifto, Alfifto, Anggelia Siringoringo, and Haryaji Catur Putera Hasman. 2022. "Viral Marketing, Celebrity Endorsement Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Medan." *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)* 2(1): 1–9.
- Arianty, Nel, and Ari Andira. 2021. "Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian." *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 4(1): 39–50. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>.
- Aryana, I Putu Yogi, and I Made Chandra Mandira. 2023. "Implementasi Sosial Media Marketing Pada Bali Safari Dan Marine Park." *Jurnal Abdimas Mandiri* 7(1): 7–14.
- Asih, Putri Sari, Rais Dera Pua Rawi, and Agilistiya Rahayu. 2021. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Fastfood KFC Di Kota Sorong (Studi Kasus Mega Mall Kota Sorong)." *Jurnal Ilmiah PERKUSI* 1(3): 352-356.
- Ayu S., Cyntia et al. 2023. "Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 4(5): 1171–80.
- Barokah, Siti, Dinar Mustofa, and Putri Patricia Rahmadani. 2021. "Kredibilitas Celebrity Endorser Dan Minat Beli Penggemar Raffi Ahmad Dan Nagita Slavina." *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business* 4(3): 511–20.
- Devananda, Listia, Muinah Fadhilah, and Lusia Tria Hatmanti Hutami. 2023.

- “Pengaruh Kepercayaan, Brand Image, Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Shopee Generasi Y & Z).” *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 6(10): 8072–79.
- Diana. 2023. “Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian.” *Unuversitas Pasundan*.
- Effriena Brilliany, and 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.
- Enyioko, Newman C, and Gabriel A Okwandu. 2019. “Effect of Social Media Marketing on The Conversion Rate of Deposit Money Banks in Nigeria.” *JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen* 16(1): 1.
- Fetrizen, and Nazaruddin Aziz. 2019. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek AICOS Produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia.” *OSF Preprints* 1: 1–9.
- Isfahami, Mubdi Mulya, Ratih Hurriyati, and Puspo Dewi Dirgantari. 2021. “Pengaruh Brand Trust Dan Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.” *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan* 17(2): 177–86.
- Jukim, Jurnal, Vol No, Pengaruh Kualitas Produk, and D A N Brand Ambassador. 2024. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Brand Ambassador, Terhadap Keputusan Pembelian Azarine Cosmetic 1, 2.” 3(1): 144–52.
- Kambali, Imam, and Siti Masitoh. 2021. “Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman Barang Di Kantor Pos Pati 59100.” *Jurnal bisnis dan Pemasaran* 11(1): 10–10.
- Khoiriah, Intan Lathifah Nurul, Bambang Mursito, and Fithri Setya Marwati. 2023. “Keputusan Pembelian Ditinjau Varian Produk, Citra Merek Dan Brand Ambassador Terhadap Sunscreen Azarine Di Surakarta.” *Jurnal Administrasi dan Manajemen* 13(2): 177–83.
- Kolinug, Mawar Sharon, Lisbeth Mananeke, and Jeffry Tampenawas. 2022. “Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam

- Ratulangi).” *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 10(3): 101.
- Lailatan Nugroho, Budi Istiyanto,. 2017. “Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil LCGC Di Surakarta).” *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis* 12(1): 1–8.
- Lubiana, Mileva, dan Dh Achmad Fauzi. 2018. “Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Yang Membeli Starbucks Menggunakan LINE).” *urnal Administrasi Bisnis (JAB)* 58.1.
- M. Kurniasari, and A. Budiatmo. 2018. “pengaruh social media marketing, brand awareness terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening pada j.co donuts & coffee semarang.” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 7, no.
- Made, Ni et al. 2021. “Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi E-Word of Mouth Pada Givanda Store Denpasar.” *Jurnal EMAS* 2(2): 28–42. www.validnews.id,
- Miati, Iis. 2020. “Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi Pada Konsumen Gea Fashion Banjar).” *Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis* 1(2): 71–83.
- Muslihah, Fasihatul. 2018. “Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dalam Pandangan Islam.” *UIN Raden Intan Lampung*.
- Narottama, Nararya, and Natasha Erinda Putri Moniaga. 2022. “Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner Di Kota Denpasar.” *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)* (May): 741.
- Nathaniel, Sonny et al. 2020. “358520-Pengaruh-Celebrity-Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian.” 8(2).
- Ngadimen, Ahmad Nurrokhim, and Emy Widyastuti. 2021. “Pengaruh Social Media

- Marketing, Online Customer Review, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee Di Masa Pandemi Covid-19 Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening.” *Journal of Management and Digital Business* 1(2): 122–34.
- Ningrum, S. P., & Tobing, R. P. 2022. “Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Produk Skincare Brand Korea Selatan.” *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 2(4): 174-188.
- Pandiangan, Kasman, Masiyono Masiyono, and Yugi Dwi Atmogo. 2021. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty.” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2(4): 471–84.
- Parengkuan, Valentine, Altje Tumbel, and Rudy Wenas. 2018. “Analisis Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head and Shoulders Di 24 Mart Manado.” *Jurnal EMBA* 2(3): 1792–1802.
- Poha, Fauzia Rukmana, Deby Rita Karundeng, and Moh Afan Suyanto. 2021. “Analisis Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Pengunjung Kopi Dari Hati Marisa).” *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan* 10(1): 86–104.
- Ratana, Meta. 2018. “Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Ekuitas Merek.” *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* 22(1): 13.
- Refiani, Alfhika Shania, and Ati Mustikasari. 2020. “Analisis Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada This! By Alifah Ratu Tahun 2020.” *eProceedings of Applied Science* 6(3).
- Ristauli Hutagaol, Rusmana Santi, and Feby Aulia Safrin. 2022. “Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening.” *Journal of Social Research* 1(7): 761–72.
- Riyandana, Rahmat Ghifanoti, and Dinda Kayani Putri Bestari. 2023. “Apakah Social Media Marketing Dan Influencer Marketing Berpengaruh Pada Proses Keputusan Pembelian Yamaha (Studi Kase Pada Konsumen Yang Mengetahui Akun Instagram Yamaha Jabar).” *SEIKO : Journal of Management & Business*

6(1): 159–68.

- Santoso, Daniel Setyo Adi, and Renny Dwijayanti. 2021. “Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya Pembeli Aksesoris Handphone Di Shopee).” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 10(1): 1545–53.
- Shofiyah Khairunnisa. 2022. “Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow (Studi Kasus Pada Konsumen Distributor Ms Glow Panakukkang Di Kota Makassar).” *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis* 2(4): 110–26.
- Taufik, Y. et al. 2022. “Peran Social Media Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Produk Es Teh Indonesia.” *Jurnal Kewarganegaraan* 6(2): 5234–40.
- Triputranto, Bambang, and Fahmi Nurdiansyah. 2021. “Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Akses Situs Web Dan Aplikasi Tokopedia (Studi Kasus Pada Iklan Tokopedia X BTS).” *Jurnal Bisnis dan Pemasaran* 11(1): 10–18. <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/view/1409/826>.
- Tungka, Delicia, Michaela M Lionardo, Sienny Thio, and Vido Iskandar. 2020. “Pengaruh Social Media Marketing Pada Instagram Terhadap Minat Beli Chatime Indonesia.” *Jurnal Hospital dan manajemen Jasa* 8(2): 77–87.
- Utami, Giska Rizki, and Marheni Eka Saputri. 2020. “Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Customer Engagement Dan Loyalitas Merek Pada Akun Instagram Tokopedia Under A Creative Commons Attribution (Cc-By-Nc-Sa) 4.0 License CORE View Metadata, Citation and Similar Papers at Core.Ac.Uk Provided by Electro.” *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 5(2): 185–98. <http://jrmb.ejournal-feuniat.net/index.php/JRMB/article/view/388>.
- Vidyanata, Deandra. 2019. “Peran Brand Credibility Sebagai Mediasi Pengaruh Strategi Celebrity Endorsement Terhadap Brand Equity.”

- Wardani, Dagma Syafira Destia, and Ali Maskur. 2022. "Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pengguna Scarlett Whitening)." *Jesya* 5(2): 1148–60.
- Wulandari, Ni Made Rahayu, and I Ketut Nurcahya. 2015. "Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampoo Di Kota Denpasar." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 4(11): 3909–35.
- Yolanda, Clarisa. 2023. "Pengaruh Social Media Marketing, Celebrity Endorsement Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening." *UIN Surakarta*.
- Yuyuk Liana. 2021. "Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian." *Bulletin of Management and Business* 2(2): 129–36.

