

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. A., Aisyah, S., & Ramadhani, S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Celebrity Endors Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow. *OIKONOMIKA: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 3(2), 133–143. <https://doi.org/10.53491/oikonomika.v3i2.481>
- Affifi, M., & Hassanin, A. A. (2018). Bab II Kerangka Pemikiran. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 2017, 9–29.
- Angela Ibrani, B., Mirawati, I., & Dewi Risanti Sunarya, Y. (2024). Peran Kredibilitas Curvy Influencer dalam Meningkatkan Minat Beli Followers. *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 1(4), 6–13. <https://doi.org/10.62017/arima>
- Ardiansyah, R., & Fitria, S. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Social Media Marketing terhadap Minat Pembelian (Studi pada Angkringan Djoegjakarto). *Diponegoro Journal of Management*, 13(1), 1–15. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>
- Arni, P. S., & Nuraini, D. (2022). Pengaruh Celebrity endorser Terhadap Keputusan Pembelian Dengan kepercayaan merek Sebagai Variabel mediasi Pada Pelanggan Skincare Ms Glow Di Surabaya. *Insight Management Journal*, 3(1), 22–30. <https://doi.org/10.47065/imj.v3i1.214>
- Aulia, S., & Basar Maringan Hutaeruk. (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>
- Azizah, L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keberlangsungan Usaha. *Universitas Internasional Batam UIB Repository*, 2017, 5–24.
- Bloom, N., & Reenen, J. Van. (2023). pengaruh konten digital marketing dan electronic word of mouth terhadap minat beli di Tiktok Shop. *NBER Working Papers*, 89. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Ferdinand. (2019). Pengaruh Word of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli Mebel Di Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(2), 414–416.
- Ghozali. (2021). *pdf-div-class-2qs3tf-truncatedtext-module-wrapper-fg1km9p-classtruncatedtext-module-lineclamped-85ulhh-style-max-lines5ghozali-2021-p-div_compress.pdf* (p. 15).
- Hapsary, N. F. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Kosmetik (Studi Kasus pada: Kosmetik Wardah)*. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/100415/pengaruh-celebrity-endorser-terhadap-minat-beli-kosmetik-studi-kasus-pada-kosmetik->

wardah-.html

- Hardiyanah, T., Hidayati, R., Nasution, A. H., Muslikh, M., & Marhamah, S. (2023). Pengaruh Content Marketing, Sales Promotion, Personal Selling Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pada CV Laditri Karya. *Journal of Accounting, Management, and Economics Research (JAMER)*, 1(2), 75–92. <https://doi.org/10.33476/jamer.v1i2.29>
- Keristina. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Skincare Ms Glow Melalui Media Sosial Instagram. *Skripsi Tidak Diterbitkan*. <https://repository.ubt.ac.id>
- Khikmah, Z. R. (2022). *Pengaruh Islamic Branding, Inovasi Produk, Dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen*. 2(2), 1–23.
- Langi, D. A. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Isi Ulang Merek Air Biru Di Tebet Barat*. 6–23. <http://repository.stei.ac.id/8704/>
- Marham, M., Arief, M. Y., & Soeliha, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Cantika Panji Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(3), 543. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i3.3269>
- Ningsih, D. K. (2023). *Pengaruh Content Marketing Dan Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Dear Me Beauty*. <https://repositori.uma.ac.id/jspui/handle/123456789/21932>
- Novianti, T. A. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pixy. *Pragmatis*, 1(1), 43. <https://doi.org/10.30742/pragmatis.v1i1.1056>
- 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://ejurnal.nobel.ac.id/index.php/malomo/article/download/3449/1725>
- Pasaribu, A. F., Fadhila Rahma, T. I., & Dharma, B. (2023). Pengaruh Content Marketing, Viral Marketing Dan Influencer Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada Mahasiswa. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 10(2), 81–93. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v10i2.4432>
- Pratiwi, D., Hermawati, A., & Kurniawati, D. (2023). Pengaruh Content Marketing, Influencer, Dan Free Ongkir Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Fashion Pada Tiktokshop. *JIMP: Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.35814/jimp.v3i1.4654>
- Putri, F., & Achsanika Hendratmi. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Content Marketing terhadap Purchase Intention Fashion Muslim. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(5), 672–680. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20225pp672-680>

- Putri, M. K., & Dermawan, R. (2023). Influence of Content Marketing and Influencer Marketing on the Purchase Intention of Somethinc Products on TikTok Gen Z Users in Surabaya. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 3(5), 1663–1672. <https://doi.org/10.55927/ijba.v3i5.5437>
- Rachman, T. (2018). Pengaruh Celebrity Endorsment dan Sosial Media Terhadap Minat Pembelian Produk Susu SGM pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Stabat. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.
- Sabar, M., & Moniharapon, S. (2022). Pengaruh Media Sosial, Celebrity Endorser, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Ms Glow Di Kota Manado the Influence of Social Media, Celebrity Endorser, and Product Quality on Consumer Purchase Interest of Ms Glow Products in Manado Ci. *Poluan 422 Jurnal EMBA*, 10(4), 422–433.
- Saputra, H., Muhazirin, B., & Panjaitan, H. P. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Persepsi Harga Dan Tempat Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Bakso Sido Kangen Pekanbaru. *LUCRUM: Jurnal Bisnis Terapan*, 1(1), 48–61. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/lucrum/index>
- Simamora, A. K. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Awareness terhadap Minat Beli Produk Skincare MS Glow pada Generasi Milenial di Lubuk Pakam. *Repository Universitas Medan Area*, 1–67. <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/17956>
- Sugiono. (2020). *Pdf-Metode-Penelitian-Kuantitatif-Kualitatif-Dan-Rampampd-Sugiyono-2020_Compress.Pdf*.
- Susilawati. (2023). Pengaruh kemasan, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening. *Repositori.Unsil.Ac.Id*, 11–38.
- Trianto. (2017). Bab II kajian teori. *BAB 2 Kajian Teori*, 2(1), 16–72.
- Tsaniya, R., & Telagawathi, N. L. W. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(1), 32–39. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i1.34390>
- Yanuar, S. D. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser dan Desain Produk Terhadap Citra Merek dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Merek Bloods Industries Bandung (Survey pada konsumen BLOODS INDUSTRIES Bandung). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Yunani, A., & Kamilla, Z. N. (2023). Pengaruh Content Marketing Tiktok terhadap Minat Beli @Somethincofficial Melalui Brand Awareness. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 3809–3825. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4100>