

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, M., Septyadi, K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). *LITERATURE REVIEW KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN MINAT BELI KONSUMEN PADA SMARTPHONE : HARGA DAN PROMOSI*. 3(1), 301–313.
- Adiwijaya, K., & Riyadi, A. I. (2023). *The Effect of Social Media Activities on Purchase Intention Study on Somethinc , A Local Skincare Brand in Indonesia*. 9(June), 261–274.
- Alfian, R. (2020). *The Effect of Product Quality and Price on Purchase Decisions in Sourfelly Custom Cakery , West Jakarta*. 8(2), 26–38.
- Andita, D. Y., Najib, M. F., Zulfikar, R., & Purnamasari, D. (2021). *The Effect of Celebrity Endorser on Purchase Intention of Cosmetic Product among Millennial Generation Consumers*. 1, 51–60.
- Auditya, E. K. (2025). *Pengaruh Digital Marketing dan E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention pada Pengguna Grabfood di Surabaya*. 11(1), 1–14.
- Award, T. B. (n.d.). *Top Brand Award*.
- Beli, M., Kesehatan, P. A., & Pt, P. (2021). *No Title*. 3(3), 418–430.
- Buku Metode Penelitian Komunikasi.pdf*. (n.d.).
- Fandy Tjiptono, A. D. (2020). *Pemasaran*. https://opac.ut.ac.id/detail-opac?id=40067&utm_source=chatgpt.com
- Fandy Tjiptono, P. D. dan A. D. (2020). *Pemasaran*. https://books.google.co.id/books/about/Pemasaran.html?hl=id&id=Ck4D0AEACAAJ&redir_esc=y
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam Ibm Spss 26 (Sepuluh). Universitas Diponegoro*.
- Hal, P., Aeni, N., Hermiati, N. F., & Oktavani, T. A. (2022). *Pengaruh Promosi Media Sosial , Harga Dan E-Wom Terhadap Minat Beli Skincare Ms Glow*. 05(1), 270–281.
- Hasanah, U., Giyartiningrum, E., Studi, P., Fakultas, M., & Yogyakarta, U. C. (n.d.). *Pengaruh Brand Image , Kualitas Produk dan Endorsement Selebriti Instagram terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Skin Care MS GLOW*. 5(2), 155–172.
- I Ajzen. (2005). *Attitudes, Personality and Behaviour UK Higher Education OUP Psychology Psychology*. https://books.google.co.id/books/about/Attitudes_Personality_and_Behaviour.html?hl=id&id=dmJ9EGEy0ZYC&redir_esc=y
- Jateng, B. P. (n.d.). *BPS Pra Jateng*.
- Latuapo, S. J., Fredriksz, G., & Wijaya, F. (2023). *Jurnal administrasi terapan vol 2, no. 2, september 2023*. 2(2), 283–289.

- Lemeshow, S., Jr, D. W. H., Klar, J., & Lwanga, S. K. (n.d.). *Stanley Lemeshow, David W Hosmer Jr, Janelle Klar, and Stephen K. Lwanga*.
- Manajemen, F., & Trisakti, U. (2024). *Issn: 3025-9495*. 10(6), 1–11.
- Nawiyah, N., Kaemong, R. C., Ilham, M. A., & Muhammad, F. (2023). Penyebab Pengaruhnya Pertumbuhan Pasar Indonesia Terhadap Produk Skin Care Lokal Pada Tahun 2022. *ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(12), 1390–1396. <https://doi.org/10.55681/armada.v1i12.1060>
- Nduru, I. B., Afrizoni, H., Ekonomi, F., & Ekasakti, U. (2024). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Konsumen Pada Caffé Blend Padang Minat Beli*. 2(4), 353–365.
- 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>
- Palupi, O., & Riofita, H. (2024). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(3), 46348–46351. <http://jptam.org/index.php/jptam/article/view/22706>
- Philip Kotler and Kevin Lane Kelle. (2021). *Marketing Management*. https://www.pearson.com/se/Nordics-Higher-Education/subject-catalogue/marketing/Kotler-Keller-Marketing-Management-Global-Edition-16e.html?utm_source=chatgpt.com
- Philip T. Kotler & Gary Armstrong. (2020). *Principles of Marketing*. https://www.pearson.com/se/Nordics-Higher-Education/subject-catalogue/marketing/Principles-of-Marketing-Kotler-Armstrong-18th-edition.html?utm_source=chatgpt.com
- Priyanto, R. (2024). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Toko Prahasta Purbalingga. *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 3(2), 898–906.
- Putri, R. (2021). *Research in Business & Social Science The role of celebrity endorser toward brand attitude and purchase intention : A study from Indonesia*. 10(8), 68–75.
- Raheni, C. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa. *Jurnal Sinar Manajemen*, 5(2), 82–85.
- Raya, D. I. M. (2015). *PENGARUH HARGA DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT*.
- Salhab, H., Al-amarneh, A., Aljabaly, S., & Othman, M. D. (2023). *The impact of social media marketing on purchase intention : The mediating role of brand trust and image*. April. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.3.012>
- Sari, A. P., & Ali, A. (2024). <http://jibaku.unw.ac.id>. 3(1), 8–13.
- Saununu, S. J., & Rukmana, A. Y. (2023). *The Influence of Social Media Influencers on Generation Z Consumer Behavior in Indonesia*. 01(10), 1028–1038.

- Setiawan, B. D., Hariasih, M., & Kunci, K. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga , dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen MS Glow di Sidoarjo*. 8(1), 351–367.
- Shimp, T. A. (2019). *Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communications / Terence A. Shimp, University of South Carolina, J. Craig Andrews, Marquette University*. https://lrc.hnu.edu.ph/bib/35870?utm_source=chatgpt.com
- Sihombing, N. E. T., Sinaga, K., Saputra, J., & Banua, T. (2024). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Harga terhadap Minat Beli Produk Skincare MS Glow melalui Brand Image di Universitas HKBP Nommensen Medan*. 7, 935–942.
- Sosial, P. M., Endorser, C., Produk, D. A. N. K., Sabar, M., Moniharapon, S., & Poluan, J. G. (2022). *M. Sabar ., S. Moniharapon ., J. G . Poluan 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 CITY Jurnal EMBA*. 10(4), 422–433.
- Sosial, P. M., Terhadap, P., Konsumen, B., & Mojokerto, H. (2023). *Jurnal Ekobistek*. 12, 495–499. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v12i1.448>
- Subastian, D. V., Retno p, D. A., Firsia, E., & Sanjaya, V. F. (2021). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Celebrity Endorser Raffi Ahmad Terhadap Minat Beli Produk Skincare Ms.Glow. REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.24042/revenue.v2i1.7691>
- Tahun, V. N., & Credibility, B. (2022). *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*. 7(2), 285–296.
- Tarigan, R. S., Tandung, J. C., & Sutrisno, A. K. (2023). *THE EFFECT OF CELEBRITY ENDORSEMENT ON PURCHASE INTENTION*. 4(1), 50–62. <https://doi.org/10.9744/ijfis.2.1.50-62>
- Ulitama, Z. B., & Prastyani, D. (2023). *Pengaruh Persepsi Harga , Kualitas Produk , Promosi Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli*. 2(4).
- Ummah, M. S. (2019). *Pertumbuhan Kategori Barang dan Jasa di E-Commerce. Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Wuri, K. A., Mulia, A., & Nasution, U. (2025). *Pengaruh Media Sosial dan Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Ulang Produk Kecantikan Ms Glow (Studi Kasus Pada Konsumen Ms Glow Binar Arwita , Kota Binjai) The Influence of Social Media and Celebrity Endorsements on Repurchase Interest in Ms Glow Be. Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(2), 1–11.