

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, A. A. (2017). *Pengaruh Word Of Mouth Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image* .
- Chomeya, R. (2010). Quality of psychology test between Likert scale 5 and 6 points. *Journal of Social Sciences*, 6(3), 399-403.
- DEWAYANI, M. A., & Diharto, A. K. (2023). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINTIFIK DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI BOYOLALI* (Doctoral dissertation, UIN Surakarta).
- Dewi, I. L., & Prabowo, B. (2023). *Pengaruh Digital Marketing, Celebrity Endorsement Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Melalui Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening* (Studi Pada Konsumen Scarlett Whitening Di Kota Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(4), 3905-3913.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.
- Nasution, M. I., & Mentari, K. *THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSER AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISIONS THROUGH BRAND IMAGE AS INTERVENING VARIABLES IN "WARDAH" COSMETICS*.
- Nggilu, M., Tumbel, A. & Djemly, W., 2019. Pengaruh Viral Marketing, *Celebrity Endorser* , Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Nursyabani, A. P., & Silvianita, A. (2023). *The Effects of Celebrity Endorser and Electronic Word Of Mouth on Purchase Intention With Brand Image as Intervening Variable on Wardah Lipstick Products*. *International Journal of Advanced Research in Economics and Finance*, 5(1), 273- 286.
- Pratiwi, D. N., & Andriana, A. N. (2023). *Pengaruh Celebrity Endorser , Brand Image dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Series Serum*. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 5(1), 132-140.
- Putri, B. H. H., & Nasution, O. B. (2021). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth , Celebrity Endorser , Dan Social Media Marketing Terhadap Brand Image Pada Produk Di Instagram*. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (Jebma)*, 1(3), 240-246.

- Putri, T. A., Marwan, M. & Rahmidani, R., 2019. Pengaruh Brand Image Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik La Tulipe Di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(4), 734-743.
- Rangkuti, S. Z., & Nasution, S. M. A. (2023). *Pengaruh Brand Image , Word Of Mouth dan Celebrity Endorser Terhadap Purchase Decision Produk Skintific*. *Jurnal SALMAN (Sosial dan Manajemen)*, 4(3), 193-208.
- Septiawan, D. B., Harini, C. & Hasiholan, L. B., 2020. The Effect Of InstagramAnd *Celebrity Endorser* Advertising On Purchase Decisions With BuyingInterest As Variable Intervening “(Study At Radio Store Semarang)”. *Journal Of Management*, 6(2)
- Setiagraha, D., Wahab, Z., Shihab, M. S. & Susetyo, D., 2021. Effect Of WordOf Mouth, Price Perception, And Product Quality On Purchase DecisionPempek The Local Culinary Products In Palembang City. *International Journal Of Social Sciences*, 4(1), 52-59..
- Subianto, T. (2007). *Studi tentang perilaku konsumen beserta implikasinya terhadap keputusan pembelian*. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3(3), 165-182.
- Sumargo, B. (2020). *Teknik Sampling Usu*. Jakarta: UNJ Press.
- Susilo, N. M. S., & Handayani, S. D. (2023). *Pengaruh Celebrity Endorser , Brand Image , dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan PembelianKonsumen Produk MS Glow di Yogyakarta*. *Journal of Ecotourism and Rural Planning*, 1(1), 1-11.
- Tarigan, E. C. & Aditi, B., 2022. Word Of Mouth Positif Memoderasi Brand Image Terhadap Purchase Decision Produk Pellet Pada Cv. Harapan Jaya Sentosa Abadi. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 2(3), 97- 108.
- Ulandari, A., Parlyna, R., & Fidhyallah, N. F. (2021). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Celebrity Endorser terhadap Online PurchaseIntention pada Konsumen Perusahaan X di Jakarta*. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan-JBMK*, 2(1), 160-173.
- Widarti, D. W., 2021. *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Advertising Appeal Terhadap Purchase Decision Melalui Brand Image Sebagai VariabelIntervening Pada Konsumen Mie Sedaap Korean Spicy Chicken (Studi Pada Mahasiswa Di Kabupaten Kebumen)* (Doctoral Dissertation, Universitas Pu.
- Yaqub, R. M. S., Halim, F. & Shehzad, A., 2019. Effect Of Service Quality, Price Fairness, Justice With Service Recovery And Relational Bonds OnCustomer Loyalty: Mediating Role Of Customer Satisfaction. *Pakistan Journal Of Commerce And Social Sciences (Pjess)*, 13(1), 62- 94.
- Yunitasari, I., 2022. *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Word Of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Body Lotion Scarlett Whitening*

Melalui Brand Image (Doctoral Dissertation, Wijaya Kusuma Surabaya University).

Salim, N. I., & Lahindah, L. (2021). Pengaruh Country of Origin dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Skin Care merek Innisfree di Bandung. *Journal of Accounting and Business Studies*, 6(2).

Rahmah, R. M., & Supriyono, S. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah Sariayu. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(4), 2352-2359.

