

DAFTAR PUSTAKA

- Agmeka, F., Wathoni, R. N., & Santoso, A. S. (2019). The Influence of Discount Framing towards Brand Reputation and Citra Merek on Niat beli and Actual Behaviour in e-commerce. *Procedia Computer Science*, 161, 851–858. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.192>
- Amraeni, A. (n.d.). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Beli Laptop Asus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Negeri Makassar*.
- Andra, Y. (n.d.). *Pengaruh Celebrity Endoser dan Citra Merek terhadap Niat Beli Kosmetik Top Brands di Indonesia*. www.goodstats.id
- Angelica, C., & Loisa, R. (n.d.). *Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser Natasha Wilona terhadap Citra Merek Produk Kecantikan*.
- Ardinata, L., Aktarina, D., Tinggi Ilmu Ekonomi Mulia Darma Pratama, S., & Keuangan dan Perbankan Mulia Darma Pratama, A. (2019). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan J.Co Donuts & Coffee di Palembang* (Vol. 4, Issue 2).
- Christy, C. C. (2022). FoMo di media sosial dan e-WoM : pertimbangan berbelanja daring pada marketplace. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 6(1), 331–357. <https://doi.org/10.25139/jsk.v6i1.3742>
- Des Derivanti, M.I.Kom, A., Wahidin, D. W., & Mutiarani Warouw, D. (2022). Studi Fenomenologi: Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Beli Produk Skincare Melalui Media Platform Digital Di Era Covid-19. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(9), 1617–1628. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i9.204>
- Diana, R., & Bahgie, W. (n.d.). *K Ke eb ba an ng gs sa aa an n Pengaruh Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Di Serba Ada Takengon*.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran*. <https://www.researchgate.net/publication/342644678>
- Hanjani, G. A., & Widodo, A. (2019). Consumer Niat beli. *Journal of Secretary and Business Administration*, 3(1), 39. <https://doi.org/10.31104/jsab.v3i1.90>
- Hidayat, A., & Ariffin, K. (n.d.). *Pengaruh Word Of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Beli Caffé And Tea Sintesa Tanjung Tabalong*.
- Juliana, H. (2023a). Pengaruh Siaran Langsung Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Tiktok

- Shop. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(6), 1517–1538. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i6.754>
- Juliana, H. (2023b). Pengaruh Siaran Langsung Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(6), 1517–1538. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i6.754>
- Kok Wei, K., & Li, W. Y. (2013). Measuring the impact of celebrity endorsement on consumer behavioural intentions: a study of Malaysian consumers. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 14(3), 2–22. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-14-03-2013-B002>
- Lightening Serum Ampoule | Wardah Indonesia*. (n.d.). Retrieved November 19, 2023, from <https://www.wardahbeauty.com/id/product/skincare/ightening-serum-ampoule>
- Meifitri, M. (2020). *Fenomena Influencer Sebagai Salah Satu Bentuk Cita-Cita Baru di Kalangan Generasi Zoomer*. 2(2).
- Oleh, D. (1991). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Pada Niat Beli Pada Tripadvisor*.
- Pengaruh Brand Awareness Dan Electronic Word Of Mouth*. (n.d.).
- Pengaruh Celebrity Endoser Terhadap Niat Beli Konsumen: Studi Pada Produk Sticker Aplikasi Jejaring Sosial LINE WIDI PRASASTI UNIVERSITAS ATMAJAYA YOGYAKARTA 2014*. (n.d.-a). www.navercorp.com
- Pengaruh Celebrity Endoser Terhadap Niat Beli Konsumen: Studi Pada Produk Sticker Aplikasi Jejaring Sosial Line Widi Prasasti Universitas Atmajaya Yogyakarta 2014*. (n.d.-b). www.navercorp.com
- Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup*. (n.d.).
- Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap*. (n.d.).
- Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas*. (n.d.).
- Pengetahuan, A. P., Religiusitas, D. N., Subyektif, T., Sikap, P., Muslim, D., Niat, B., Produk, K., Halal, S., Kasus, D., Solo, R., & Rahayu, A. (2023). Analysis Of The Influence Of Knowledge, Religion, And Subjective Norm On Attitude Of Muslim Youth In Purchasing Intention To Halal Cosmetic Products (Case Study In Solo Raya)id 2 *Corresponding Author. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 4). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

- Perkembangan Industri Kosmetik Nasional - Direktorat Jenderal Industri Kimia, Farmasi, dan Tekstil.* (n.d.). Retrieved November 19, 2023, from <http://ikft.kemenperin.go.id/perkembangan-industri-kosmetik-nasional/>
- Priambodo, G., Subyanto, M., Pascasarjana, M., Undip, I. K., Erlangga, J., Vii, B., & 33 Semarang, N. (2017). Peran Komunikasi Word Of Mouth Tradisional Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Merek. In *Peran Komunikasi Word of Mouth Tradisional dan Electronic Word of Mouth terhadap Merek Jurnal Komunikologi* (Vol. 14, Issue 1).
- Puspita Sari, N., & Sudarwanto, T. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Citra Merek 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. <http://ejurnal.provisi.ac.id/index.php/JIMEB>
- Putri Sari, S. (2020). *Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Beli Pada Konsumen*. 8(1), 147–155.
- Rindana, & Emeilia, I. (2021). *Bauran Komunikasi Pemasaran Produk Umkm Aprilia Mahar Design Pada Masa Pandemi Covid-19 Dan New Normal*. www.adb.org
- Saputra, I. K. A., & Widagda K, I. G. N. J. A. (2020). Citra Merek , Product Knowledge, Dan Electronic Word Of Mouth Berpengaruh Terhadap Niat beli. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(3), 1129. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i03.p16>
- Sindarto, J., & Ellitan, L. (n.d.). Peran Citra Merek dan Inovasi Produk dalam Membangun Kepuasan Konsumen dan Niat Beli Ulang: Sebuah Kajian Teoritis. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(3), 2023.
- Surya Nanda, A. (2022). Implikasi Elektronik Word Of Mouth Dalam Membangun Trend Beli Thrift Pada Ecommerce. *2 St Proceeding Stekom, 2022*.
- The Effect Of Celebrity Endorser And Prices.* (N.D.).
- Tugas Akhir Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Produk Terhadap Keputusan Beli Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Coffee Shop Couvee Yogyakarta.* (n.d.).
- Widiastuti, S., Kusumaningrum, J., & Handrijaningsih, L. (2022). *Perancangan Corporate Identity Untuk Meningkatkan Citra Merek Perusahaan*. 2(2), 150–159. <http://journal.politeknik-pratama.ac.id/index.php/IMK>
- Wijaya, D., Supeni, R. E., & Rozzaid, Y. (2022). Citra Merek, Kepercayaan, dan Komitmen terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Transsportasi Online.

BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting, 3(2), 72–82. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v3i2.3867>

Yoebrilanti, A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderator (Survei Konsumen Pada Jejaring Sosial). In *Jurnal Manajemen* (Vol. 8, Issue 1).

Zailani, A. (n.d.). *Hubungan Efektivitas Iklan Televisi Dan Citra Merek Kopi “White Coffee” Pada Minat Beli Masyarakat Desa Kalisoro Kecamatan Tawangmangu Karanganyar.*