



DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, F., & Ahmadi, M. A. (2025). Pengaruh influencer marketing terhadap keputusan pembelian produk kecantikan di kalangan generasi Z: Literature review. *Journal of Management and Creative Business*, 3(1), 62-73.
- Anwar, S.M., Rahmad S.H. 2019. *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis*
- Arianty, N. dan Andira, A. 2021. Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* Vo. 4 No. 1.
- Ashoer, M., Hamzah, M. N., & Mustafa, F. (2019). Analisis Faktor yang mendorong Konsumen Memilih Hotel Melalui Situs Traveloka.com. JKBM (JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN), 5(2), 146. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v5i2.2074>
- Azzahro, F. (2024). Pengaruh Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Online dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Cen, C. C., & Nursaimatussaddiya. (2022). Keputusan Pemilihan Jasa Berbasis Citra Merek dan Promosi. PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Depok:Penerbit Kencana.
- Gandhoda, T. T., & Tanjung, Y. (2024). Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Management, Accounting, Islamic Banking and Islamic Economic Journal*, 2(1), 16-27.
- Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 23.
- Hardilawati, Binangkit, dan Perdana. 2019. Endorsement: Media Pemasaran Masa
- Hermawan, Asep, dan Husna L. Y. 2017. *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*.
- Hulu, B., Dakhi, Y., & Zalogo, E. F. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Ud. Mitra Kecamatan Amandraya. *Pareto: Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 6(2), 16-25.
- Kotler, Keller. 2018. Manajemen Pemasaran. Edisi 13 J. Jakarta: Erlangga.
- Hartono, M. C. dan Sontoso, T. 2021. Pengaruh Endorsement dan Brand Image



- Kotler, P dan Armstrong, G. 2019. Prinsip – Prinsip Pemasaran, Edisi 12 Jilid 1, Terjemahan Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2019). Manajemen Pemasaran. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- McGruer, D. (2020). *Dynamic digital marketing: Master the world of online and social media marketing to grow your business*. John Wiley & Sons.
- Nasafa, M. (2024). Fenomena Endorse Produk Kecantikan Oleh Influencer Tasya Farasya Melalui Media Sosial Tiktok. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik, 9(1).
- Pantong, Rahmadani. 2021. *Strategi Pemasaran Online Endorsement di Media Sosial dalam Peningkatan Daya Saing Penjual di Bidang Fashion Kota Parepare*. Pare-Pare:IAIN Parepare.
- Priyatno,D. 2017.*Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*.Jakarta: Andi Publisher.
- Rahayu, S. (2023). Strategi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya, 2(1), 109-113.
- Riyanto, D. W. U., & Permana, G. I. (2022). Dampak Pemasaran Sosial Media dan Citra Merek Terhadap Niat Beli. Pustaka Peradaban.
- Salsabilla, S. A., & Nurhidayati, I. (2024). Bauran Pemasaran (4P) Selada (*Lactuca Sativa L.*) Hidroponik di Arghi Hydrofarm Mojolaban, Kabupaten Sukoharjo. *Journal of Cooperative, Small and Medium Enterprise Development*, 3(1), 34-41.
- Schiffman, L. G. & Wisenblit, J.. 2019. *Consumer Behavior, 20th Edition, Global Edition*. United Kingdom : Pearson.
- Sriyanti, A. H. Dewi, Payangan., Otto R., Mustafa, Fahrina., (2023), The Influence Of Store Atmosphere, Service Quality, And Product Variance On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction At Marinor Cafe In Makassar City, *Economic and Business Journal (ECBIS)*, Vol.1, No. 5, Page 763-772
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta