



Daftar Pustaka

- Andrews, J. Craig., Shimp, Terence A. (2018). *Advertising, Promotion and other aspects of Integrated Marketing Communications*, Edisi: 10, United States of America: Cengage Learning.
- Ananda, Anisa Nurul., Jamiat, Nuslih. (2021). “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Nature Republic”. *Jurnal e-Proceeding of Management*.
- Anas, Ahmad Aulia., Sudarwanto, Tri. (2020). “Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Di Eiger Store Royal Plaza Surabaya”. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*.
- Alatas, Said Luthfi., Tabrani, Mirza. (2018). “Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Credibility”. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*.
- Alvina, Miya. (2020). Spire Insight: Potensi Pasar Kosmetik Indonesia. Diakses 6 Juni 2021. <https://technobusiness.id/insight/spire-insight/2020/10/30/spire-insight-potensi-pasar-kosmetik-indonesia/>
- Aprianty Refa. (2019). Mau Kulit Putih Secara Instant? Coba 3 Rangkaian Scarlett Whitening by Felicya Angelista Ini!. Diakses 30 Mei 2021. <https://www.beautynesia.id/berita-skincare/mau-kulit-putih-secara-instant-coba-3-rangkaian-scarlett-whitening-by-felicya-angelista-ini/b-131552>
- Belch, George E., Belch, Michael A. (2018). *Advertising & Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*, Edisi: 11, United States of America: McGraw-Hill Education.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyederikan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Bayu, Dimas Jarot. (2021). Pengguna Instagram Di Indonesia Mayoritas Perempuan.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/29/perempuan-paling-banyak-gunakan-instagram-di-indonesia> Diakses 6 Juni 2021.

Cooper, D. R., & Schindler, P.S. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi:12 Buku 1 (12th ed.). Salemba Empat.

Compas. (2021). 10 Brand Skincare Lokal Terlaris Di Online Marketplace. Diakses 17 Juni 2021. [Compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/](https://www.compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/)

Destiani, Gita Puji., Saputri, Marheni Eka. (2021). “Pengaruh Brand Ambassador dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Mie Sedaap Korean Spicy Chicken Di Bandung”. *Jurnal e-Proceeding of Management*.

Engagement Calculator. (2021). Diakses 06 Juli 2021.

<https://Phlanx.com/engagement-calculator.com>

Febrianto, Sonny., Widiana, Muslichah Erma., dan Rosyafah, Siti. (2018). “Pengaruh Visibility Credibility Attraction Dan Power Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Smartphone Oppo Di Surabaya”. *E-Journal Manajemen “Branchmarck”*.

Furi, Ratna., Hidayati, Nur., dan Aisyah, Siti. (2020). “Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Online Pada Situ Jual Beli Shopee”. *Jurnal Riset Manajemen*.

Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Hikmawati. (2019). “The Influence Of Credibility And Attractiveness Of Beauty Clogger As A Celebrity Endorser On Consumer Purchase Intention”. *Jurnal Manajemen Bisnis*.



Jelita, Alhensa Ferninda Kencana., Rimiyati, Hasnah. (2021). “Pengaruh Kredibilitas Influencer Pada Efektivitas Iklan Media Sosial Instagram Dalam Membentuk Minat Beli” *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*.

Japarianto, Edwin., Adelia, Stephani. (2020). “Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening variabel Pada Ecommerce Shopee”. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.

Kotler, Philip., Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management*, Edisi: 15e, United States of America: Pearson Education.

Kotler, Philip., Armstrong, Gary. (2018). *Principles of Marketing*, Edisi: 17e, United States of America: Pearson Education.

Khoiruman, Muhammad., Wariati, Ambar. (2020). “Analisis Brand Awareness Iklan Mie Sedap Dengan Choi Siwon Sebagai Celebrity Endorser”. *Jurnal of Marketing and Commerce*.

Kurniawan, Suryadi. (2019). “Apa itu *Influencer* dan Manfaatnya untuk Bisnis?” Diakses 17 Juni 2021. <https://www.niagahoster.co.id/blog/apa-itu-influencer/>

Lestari, Agustin Puji. (2019). “Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Geprek Benu Kawi Malang”. *Journal Riset Mahasiswa Manajemen*.

Lesmana, Rosa. (2019). “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah PT. Paragon Tehnology and Innovation”. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*.

Muham, Shara Natasa. (2019). “Penggunaan Celebgram (Celebrity Endorser Instagram) Dalam Promosi Produk Md Clinic By Md Glowing Skin”. *Jurnal desain*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Dituliskan
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Mega, Nanda. (2019). Review Scarlett— Produk yang Sering Direkomendasi oleh Selebgram, Benaran Bikin Putih?. Diakses 30 Mei 2021.

<https://woop.id/beauty/review-scarlett-produk-yang-sering-direkomendasi-oleh-selebgram/>

Nopisari, Musnaini., & Devi, Wiara Sanchia Grafita Ryana. (2021). “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Kopi Serampas”. *Ekonomi: Jurnal Ekonomi*.

Oktaviani, Eka Fatin., Hasanah, Ratih. (2020). “Pengaruh Kredibilitas Endorser Rachel Vennya Terhadap Minat Beli Scarlett Whitening”. *Jurnal e-Proceeding Of Management*.

Puspitarini, Dinda Sekar., Nuraeni, Reni. (2019). “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi”. *Jurnal Common*.

Qomariah, Nur., Mansur, Muhammad., dan Slamet, Afi Rahmat. (2020). “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kredibilitas Endorser Agnezmo Terhadap Minat Beli Shampoo Clear”. *e- Jurnal Riset Manajemen*.

Rantanen, J. (2017). Thesis: *Celebrity Endorsement in Social Media Marketing*. Haag-Helia University of Applied Sciences.

Robbins, Stephen, P., Coulter, Mary. (2018). *Management*, Edisi: 14e, United States of America: Pearson Education Limited.

Riskhi, Ayu Ningsetya Mardika., Munandar, Jono M., dan Najib, Mukhamad. (2018). “Pengaruh Kredibilitas Endorser Terhadap Minat Beli Dengan Tiga Tipe Konsumen Pada Industri Busana Muslimah”. *Jurnal Ilmiah Manajemen*.

Sekaran, Uma., Bougie, Roger. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis, Pendekatan Pengembangan- Keahlian*, Edisi: 6 Buku 1.



