

Daftar Pustaka

- Ahmad Zarkazi. (2021). Pengaruh Iklan, Brand Image dan Motivasi Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen Pada skincare MS GLOW di Dupak Surabaya.
- Kevin Ronaldo Teguh. (2022). Pengaruh Celebrity Endors dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minyak Goreng Kedelai Misoya Di PT SARI SARANA KIMIATAMA Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Masa Pandemi Covid-19. JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis. 47-49.
- Ira Ramadhani dkk. (2020). Pengaruh Celebrity Endors dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Fesyen Muslim Hijup.
- Yosephin Clarisa Tasya Kusuma Putri, dkk. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Tagline Terhadap Respon Khalayak Pada Brand MS GLOW For Men.
- Dya Viani Sebastian, dkk. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Celebrity Endors Raffi Ahmad Terhadap Minat Beli Produk Skincare MS GLOW.
- Keller Kotler. 2021. Intisari Menejemen Pemasaran. ANDI. 169-170.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam IBM SPSS 25.3 ed. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Akbar Ariadi, Meina Wulansari Yusniar, Ahmad Rifani. 2019. Pengaruh Brand Awareness, Brand Loyalti, Percived Quality, Brand Image Terhadap keputusan Pembelian. Banjarmasin.
- Anisa Miftahul Jannah, Alpian Winarso Aji. 2021. Pengaruh Celebrity Endors dan Brand Image terhadap keputusan pembelian produk MS GLOW pada media sosial Instagram. Surabaya.
- Mila Sabar, Silcyljeova Moniharapon, Jane Grace Poluan. 2020. Penaruh Media Sosial, Celebrity Endors dan Kualitas Produk terhadap minat beli konsumen produk MS GLOW di kota Manado. Manado
- Khurotul Aini. 2016. Pengaruh Celebrity Endors terhadap minat beli pengguna media sosial Instagram. Manado
- Azahra S M. 2020. Analisis Minat Beli pada Konsumen produk Make Over melalui beauty flog. Jogjakarta
- Benowati, S. G. 2020. Analisis pengaruh electronic word of mounth, Celebrity Endors, dan Country Of Origin Terhadap Purchase Intention Melalui Brnd Image di Wardah Beauty House Semarang. Semarang
- Hafisah . 2018. Pengaruh Celebity Endors terhadap minat beli produk kosmetik halal wardah (studi kasus pada fakultas Ekonomi Universitas islam Indonesia).
- Juliana.2018. pengaruh Celebrity Endors dan brand image terhadap purchase intention produk kosmetik etude house. Purwakarta

- Marischa Aqila. 2022. Pengaruh Brand Ambassador Terhadap minat Beli produk Maybeline NewYork Melalui Sikap Pada Iklan Sebagai Variabel Mediasi. Surabaya.
- Nur Hayati. 2012. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang masyarakat terhadap produk handphone. Value Added: vol.8 No.2. Semarang.
- Randi, Saputra. 2018. Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap minat beli Konsumen produk merek honda. Jurnal Fisip Vol 5 No. Surakarta.
- Vanni Safira. 2018. Pengaruh Brand Ambassador Jesica Mila Terhadap Minat Beli Produk Fair and Lovely (studi kasus terhadap minat beli di SMK Swasta Tunas Karya Batang Kuis). Juran Fisip : Medan.
- Rosmiati. 2019. Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Air minum Le Mineral di Kabupaten Enrekang. Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan : Makassar
- Amalia, Supita. 2021. Pengaruh Penggunaan Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kecantikan Halal Safi Dalam Perpektif Ekonomi Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis : Lampung.
- Aqsa, Muhammad. 2017. Pengaruh Iklan Online Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Online Di Kota Palopo. Palopo
- Junaidi. 2010. Titik Presentase di distribusi 0,05. (<http://junaidichaniago.wordpress.com>)