

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliani, R. A. E. (2019). Pengaruh Brand Trust, Ekuitas merek dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Teh Botol Sosro di Wonosobo). *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 6(2), 112–121.
<https://doi.org/10.32699/ppkm.v6i2.687>
- Al-bustomi, M. A. Y., & Wahyudi, H. D. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Ekuitas Merek : Mediasi Kredibilitas Merek. *UNEJ E-Proceeding*, 13–27.
<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/prosiding/article/view/9134>
- Anggraeni, M., & Kurniawati, R. (n.d.). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Persepsi Kualitas Melalui Citra Merek Terhadap Loyalitas*. 39–42.
- Assalam, N. H., & Wibisono, A. (2020). Dampak Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Produk Caffeino Melalui Ekuitas Merek sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Swalayan Santri Lenteng). *Journal MISSY (Management and Business Strategy)*, 1(1), 36–44.
- Badan POM (2019) <https://ulpk.pom.go.id/id/MM/20191010151347/0.html>
- Beautynesia (2021). <https://www.beautynesia.id/berita-skincare/temukan-pembersih-wajah-sesuai-dengan-jenisnya-lewat-ponds-x-maudy-ayunda/b-132724>.
- Bramantya, Y., & Jatra, I. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(3), 255237.
- Carolina, F. A. (2017). Analisis Penerimaan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Dalam Perspektif Teknologi Acceptance Model. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Dewi, Y. R. (2017). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Brand Credibility dan Ekuitas merek pada Online Shop (Study pada Online Shop Vanilla Hijab Indonesia). *Ekonomi Bisnis*, 22(2), 80–86.
- Ekuitas, P., & Brand, M. (2018). *Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Sebagai*.
- Free Statistics Calculators, Free Sobel Test Calculator for the Significance of Mediation - Free Statistics Calculators (danielsoper.com) (2021)
- Frontier Reseach, 2021. <https://www.topbrand-award.com/en/2021/01/sabun-pembersih-wajah-fase-1-2021/>
- Lie, D., Sudirman, A., Efendi, E., & Butarbutar, M. (2019). Analysis of mediation effect of consumer satisfaction on the effect of service quality, price and consumer trust on consumer loyalty. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(8), 421–428.

- Long, C., Khalafinezhad, R., & Ismail, W. (2018). Prodi Manajemen Gresik. *Asian Social*, 2018, 101–113.
http://www.academia.edu/download/38127186/Review_Jurnal_Impact_of_CRM_Factors_on_Customer_Satisfaction_and_Loyalty.docx
- Mauliya, W., Rachma, N., & Wahono, B. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Study Kasus Mahasiswa Feb Unisma Angkatan 2016 Pembeli Shampoo Pantene). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(19), 32–33.
- NGUYEN, N. T. (2021). The Influence of Celebrity Endorsement on Young Vietnamese Consumers' Purchasing Intention*. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 951–960.
<https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no1.951>
- Nur, K., & Rahmidani, R. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser dan Iklan Vidio terhadap Brand Image Produk Pembersih Wajah Garnier pada Mahasiswi Universitas Negeri Padang. *Jurnal Ecogen*, 3(2), 319. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v3i2.8958>
- Patimah, A., Yafiz, M., & Marliyah. (2017). Celebrity Endorser, Brand Image, & Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Al-Muamalat Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, III(01), 135–153.
- Pengaruh, A., Produk, S., Distribusi, S., Study, L., Radar, C., Newspaper, M., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Manajemen, J. (2017). Analisis Pengaruh Strategi Produk, Harga, Promosi, Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Koran Radar Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2367–2377.
<https://doi.org/10.35794/emba.v5i2.16638>
- Pngkey (2021). https://www.pngkey.com/detail/u2w7w7o0u2t4o0r5_ponds-logo-portable-network-graphics/
- Ravasadewa, R. P., & Rokhmi Fuadati, S. (2019). Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen e-ISSN: 2461-0593. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(5), 1–18
- (*Studi Kasus Pengguna Oppo Smartphone Di Pusat Penjualan Gadget Giant Magelang*). (2018).
- Suhardi, D., & Irmayanti, R. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 53.
<https://doi.org/10.33603/jibm.v3i1.2086>
- Sukma, K., Nurcahya, I., & Suryani, A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah Menâs Biore. *None*, 5(7), 248538.
- Tahun, D. I. I. (2013). *Tabel 1.1 menunjukan market size di sektor industri kosmetik dan toiletries terus mengalami kenaikan. Tahun 2010-2011 terjadi kenaikan sebesar.* 1–12.

Thea, L., & Sari, P. (1875). *Pengaruh Ekuitas Merek Dan Selebriti Endorser Pada Niat Pembelian Konsumen (Studi Pada Oleh-oleh Manakan Khas Kekinian Kota*. 30(2), 122–142.

Thusyanthy, V., & Tharanikaran, V. (2015). The Relationship Variables to Celebrity Endorsement and Ekuitas merek: A Comprehensive Review. *International Journal of Business and Management*, 10(11), 212. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v10n11p212>

Wiguna, A., & Sutoyo. (2016). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Media Ekonomi Volume XVI, NO. 2 Juli 2016 Analisis Pengaruh Iklan Televisi, Ekuitas Merek, Dan Daya Tarik*. XVI(2), 262–270.

Wijaya, F. A., & Sugiharto, S. (2015). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Purchase Intention Dengan brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Iklan Produk Perawatan Kecantikan Pond'S). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(1), 16–22. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.9.1.16-22>

Isommia (2021) <https://insommia.net/ph-sabun-cuci-muka-merek-lokal/>



