

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R. (2015). Pengaruh Inovasi Produk Dan Selebriti Endorser Terhadap Niat Beli Ulang Sepeda Motor Otomatis Honda. *BISMA : Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 43–49.
- Amirullah. (2015). *Pengantar Manajemen*. Mitra Wacana Media.
- Aqmarina, S., Kumandji, S., & Kusumawati, A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013 dan 2014 Konsumen Produk Kosmetik Wardah). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 39(2), 1–10.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2016). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Raja Grafindo Persada.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2009). *Advertising and Promotion An Integrated Marketing Communications Perspective* (8th ed.). McGraw-Hill/Irwan.
- Bhatti, A. K., & Fiaz, M. (2016). *Exploring The Effects of Celebrity Endorsement in Electronic Media Advertisement on Purchasing Behavior of Citizens of Sargodha City*. 3(1), 1–17.
- Chan, K., & Luk, E. K. (2013). Impact of celebrity endorsement in advertising on brand image among Chinese adolescents. *Young Consumers*, 14(2), 167–179.
- CNN.Indonesia. (2019). *Pesta Seungri yang Dihadiri Raline Shah Diselidiki Polisi*. Diakses Tanggal 25 Mei 2020.
- Dewi, E., & Tarigan, S. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 47–61.
- Djarmiko, T., & Pradana, R. (2015). Brand Image and Product Price; Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 221–227.
- Etzel, M. J., Walker, B. J., & Stanton, W. J. (2004). *Marketing* (13th ed.). McGraw-Hill/Irwin.
- Fahira, S., Hartati, T., & Amir, H. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Maskara Maybelline (Studi Kasus pada Mahasiswi Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta). *Epigram*, 16(2), 205–210.
- Fajria, I. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Mustika Ratu. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(1), 1–8.

- Femina. (2018). *Tentang Kosmetik Halal Yang Perlu Anda Ketahui*.
<https://doi.org/https://www.femina.co.id>
- Habibah, U., & Sumiati. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(1), 31–48.
- Hassan, S. R. ul, & Jamil, R. A. (2014). Influence of Celebrity Endorsement on Consumer Purchase Intention for Existing Products: A comparative Study. *Journal of Management Info*, 4(1), 1–23.
- Hennayake, H. M. G. Y. J. (2017). Effectiveness of Celebrity Endorsement: A Review on Related Concepts and Empirical Applications. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 8(7), 2296–2302.
- Hestyani, A. D., & Astuti, S. R. T. (2017). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening: Studi pada Konsumen yang Menggunakan Masker Wajah Mustika Ratu di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, volume 6(nomor 2), halaman 1-11.
- Jayanti, R. D. (2015). Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Harapan Maulina Hijab Jombang). *Ejournal Stiedewantara*, X(1). <https://doi.org/ISSN:1907-7513>
- Kemenperin. (2018). *Kinerja Industri Kosmetik Nasional Lampaui Pertumbuhan Ekonomi*. Diakses Tanggal 21 Februari 2020.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2010). *Priciples Of Marketing* (13th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Priciples Of Marketing* (16th ed.). Pearson Education Limited.
- McCraken, G. D. (2005). *Culture and Consumption II: Market, Meaning, and Brand Management*. Indiana University Press.
- Mediaindonesia. (2019). *Industri Kosmetik Nasional Alami Kenaikan Pertumbuhan 20%*. Diakses Tanggal 19 Maret 2020.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terbaru* (Edisi Pert). Prenadamedia Group.
- Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nawari. (2010). *Analisis regresi dengan MS Excel 2007 dan SPSS 17*. PT Elex Medi Komputindo.
- Nazir, M. (2011). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Noor, J. (2012). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya*

- Ilmiah*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Parengkuan, V., Tumbel, A., & Wenas, R. (2014). *Analisis Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head And Shoulders Di 24 Mart Manado*. 2(3), 1792–1802.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran Penerjemah Diah Tantri Dwiandani* (Edisi 9). Salemba Empat.
- Priceprice. (2018). *Mengenal Wardah dan Produk Kosmetik Terbaiknya*. Diakses Tanggal 19 Maret 2020. <https://id-priceprice-com>
- Priyatno, D. (2010). *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*. Gava Media.
- Purwanto. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Republika. (2019a). *Kemenperin Sebut Pelaku Industri Kosmetik Meningkat*. Diakses Tanggal 21 Februari 2020. <http://www.republika.co.id>
- Republika. (2019b). *Wardah Tumbuh 30 Persen pada 2018*. Diakses Tanggal 21 Februari 2020. <http://www.republika.co.id>
- Rossanty, Y. N., Dharma, M., & Ario, F. (2018). *Consumer Behavior In Era Millennial*. Lembaga Penelitian Dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Sabunwala, Z. (2013). Impact of Celebrity Brand Endorsement on Brand Image and Product Purchases-A Study for Pune Region of India. *International Journal of Research in Business Management*. *International Journal of Research in Business Management*, 1(6), 37–42.
- Sugiyono. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta.
- Suryani, T. (2017). *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Digital*. Prenadamedia Group.
- Wang, S. W., Kao, G. H., & Ngamsiriudom, W. (2017). Consumers' attitude of endorser credibility, brand and intention with respect to celebrity endorsement of the airline sector. *Journal of Air Transport Management Journal*, 60, 10–17. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2016.12.007>
- Widodo, A., & Andawaningtyas, K. (2017). *Pengantar Statistika*. Malang: UB Press.
- Wijayanti, T. (2018). *Marketing Plan! Dalam Bisnis* (3rd ed.). PT Elex Media Komputindo.