

DAFTAR PUSTAKA

- Anggun Limanto, D. (2018). Analisis Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pembelian Pie Susu Pada Pie & CO. *Universitas Ciputra*.
- Arini, D. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser, Kreativitas Iklan dan E-Service Quality terhadap Minat Beli di Situs Belanja Online Tokopedia.
- Fransisca, Y., & Christanti, M. S. (2019). Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Velove Vexia Terhadap Minat Beli Produk Shampoo Tresemme Scalp Care Di Kelurahan Babak Asih Bandung. *Management and Entrepreneurship Journal*, 1(1), 15–24.
- Hafisa, D. Y. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Halal Wardah (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia).
- Kemenperin.go.id. (2018). Kinerja Industri Kosmetik Nasional Lampaui Pertumbuhan Ekonomi. <https://kemenperin.go.id/artikel/19435/Kinerja-Industri-Kosmetik-Nasional-Lampaui-Pertumbuhan-Ekonomi>. (Diakses tanggal 29 Januari 2020).
- Kusumaningrum, G., Septi, K. P., & SE, M. M. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Credibility, Brand Trust Terhadap Purchase Intention Pada Produk Wardah Yang Dilakukan Melalui Instagram. *Iain Surakarta*.
- Manaberita.com. (2019). Daftar Kosmetik Ilegal yang Baru Saja Diamankan BPOM, Nomor 4 Dipakai Semua Wanita! <https://manaberita.com/2019/07/daftar-kosmetik-ilegal-yang-baru-saja-diamankan-bpom-nomor-4-dipakai-semua-wanita/>. (Diakses tanggal 27 Februari 2020).
- Paila, J. A., Kalangi, J. A. F., & Rogahang, J. J. (2018). Pengaruh Suasana Toko Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UD. Sinar Anugerah Pratama Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(001).
- Prasetya, N., Santoso, A., & Wahyuni, S. (2019). Pengaruh Corporate Image Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Produk Pada Madani Skincare Kediri. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 2(2), 249–264.
- Putra, A., & Heriyanto, M. (2017). Pengaruh Iklan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Texas Chicken Pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 4(1), 1–11.

- Putri, I. W. H. (2018). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Dengan Citra Merek Produk Kecantikan Wardah Di IPB. *Departemen Manajemen*.
- Recha, O., Sari, R. A., & Akhmal, A. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Irwansyah Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Kue Kekinian Medan Napoleon. *Jurnal Bis-A: Jurnal Bisnis Administrasi*, 7(2), 59–64.
- Rizaldi, A. (2017). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Cosmetic Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Univesitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta). *UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan*.
- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2013). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications*. South-Western.
- Utami, S. R. I. (2019). Pengaruh Motivasi Dan Pelatihan Usaha Bersama Pada Pelaku Usaha Kecil Menengah Dalam Menangani Tingkat Kemiskinan Di Kecamatan Kanigaran Kota Probolinggo Program Kelompok. *Universitas Panca Marga Probolinggo*.
- Widyaningrum, P. W. (2019). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, dan Celebrity Endorser terhadap Minat Pembelian Kosmetik Melalui Variabel Persepsi Sebagai Mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo). *Capital: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(2), 74–97.
- Www.antaraneews.com. (2019). Belanja Iklan Di Media Digital Capai Rp9,3 triliun. <https://www.antaraneews.com/berita/1068802/belanja-iklan-di-media-digital-capai-rp93-triliun>. (Diakses tanggal 29 Januari 2020).
- Yusron, S., Rachma, N., & Hufon, M. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Kosmetik Pixy Di Toko Aster Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(09).
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Gabungan (Pertama)*. Jakarta: Kencana.