

DAFTAR RUJUKAN

- Aaker, David, A. dan Alexander, L. Biel, 2009, *Brand Equity and Advertising: Advertising Role in Building Strong Brand*, Lawrence Erlbaum Associates, Inc.Hillsdale
- Amalina, Nur Fildzah dan Sari, Devilia (2017). “Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Produk Sweater Online Shop Alco di Media Sosial Instagram”. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship* Vol. 11, No. 2.
- Amzy. Ahmad, Nauyoman. Deri, and Zakky. Muhammad (2020). “*The Effect of Brand Image and Perception of Products on The Purchase Decisions of Matic Motorcycle in East Belitung*”. *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 9, No. 1.
- Aprilia A. Jacob, S. L. H. V. Joyce Lopian, dan Yunita Mandagie (2018). “Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Citra Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Chips pada Mahasiswa Feb Unsrat”. *Jurnal EMBA* Vol.6 No.2.
- Aprilia A.D dan N. Hidayati (2020). “*The Effect of Celebrity Endorsers on Purchase Decisions on the Fait Hijab Online Shop on Instagram*”. *Advances in Economics, Business and Management Research*, volume 115.
- Belch, G.E & Belch, M.A. 2004. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective the McGraw*. New York: Hill/Irwin.
- Boyd, Harper W. Orville C Walker., dan Jean Claude Larreche. 2000, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Darmansyah. Muhartini Salim., dan Syamsul Bachri (2011). “Pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian Produk di Indonesia (Penelitian Online). *Jurnal Aplikasi Manajemen* Vol. 12 No. 2.
- Edi, Kadek Juliana, Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, dan Gede Putu Agus Jana Susila (2018). “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat”. *Jurnal Manajemen*, Vol. 5 No. 1.
- Ferdinand, Augusty. *Metode Penelitian Manajemen*. 2014. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam.2009, “Aplikasi Analisis Multivarians dengan Program IBM SPSS 19. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasmiati, Ilham Thaief, Muhammad Hasan, Muhammad Dinar, and Rahmatullah (2020). “*The Effect of Brand Image and Price on Product Purchase Decisions at the Sewing House Akkhwat Makassar*” *Pinisi Business Administration Review* Vol. 2, No. 2.

- Kartikasari, D., D. (2011). “Trend Perawatan Kecantikan Perempuan (Studi Fenomenologi Pemakaian Kecantikan pada Konsumen Perempuan di Klinik Kecantikan *Natasha Skin Care* Kota Madiun”
- Kotler, Keller 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Alih bahasa: Adi Maulana, Bob Sabrani, Devri Bernadi. Jilid 1. Edisi 12. Jakarta PT: Prenhalindo.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi kedelapan, Jilid 2. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millennium. Jakarta: Prenhallindo.
- Lestari, Mulianda dan Wahyono (2021). “*The Influence of Celebrity Endorser and Online Promotion on Purchase Decision Through Brand Image*”. *Management Analysis Journal* Vol.10 No.2.
- Majeed, Sohail and Razzak, Sana (2011). “*The Impact of Television Advertisement Repetition, Celebrity Endorsement and Perceived Quality on Consumer Purchase Decision*”. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, Vol.5 No.12.
- Mowen, John C., Minor., Michael. (2002) *Perilaku Konsumen*. Edisi ke-5. Jakarta: Erlangga
- Munandar dan Chadafi (2016). “Pengaruh Harga, *Celebrity Endorser*, Kepercayaan, dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Di Media Sosial Instagram”. *Jurnal Visioner & Strategis* Vol.5, No.2.
- Munif, Faisal Soim, Suharyono dan Yusri Abdillah (2016). “Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Kartu Perdana Simpati Di Booth Telkomsel Matos)”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 35 No. 1.
- Muslih, Muhammad Irfan Nasution dan Kiky Mentari (2021). “*The Influence of Celebrity Endorser and Product Quality on Purchase Decisions through Brand Image as Intervening Variables in "Wardah" Cosmetics*”. *Proceeding International Seminar on Islamic Studies* Vol.2 No. 1.
- Nur, Siti Syamsiah, Muttaqien, Fauzan, dan Ato'illah, M (2018). “Analisis Pengaruh *Brand Image, Brand Awareness* dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Toko SJ Tempeh Lumajang”. *Jurnal Riset Manajemen* Vol.1, No.1.
- Octaviani, C & Kartasasmita, S. (2017). “Pengaruh Konsep Diri terhadap Perilaku Konsumtif pembelian produk Kosmetik pada Wanita Dewasa Awal”. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora dan Seni* Vol. 1, No. 2.

- Parengkuan, Valentine, Altje Tumbel dan Rudy Wenas (2014).” Analisis Pengaruh *Brand Image* dan *Celebrity Endorsment* terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head and Shoulders Di 24 Mart Manado”. Jurnal EMBA Vol.2 No.3.
- Ramadhani, Ira dan Samofa, Prameswara Nadya (2020). “Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Fesyen Muslim Hijup”. Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)
- Rangkuti, Freddy. 2008. *The Power of Brand's*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sandi, Suci Wachyuni dan Tri Kuntoro Priyambodo (2020). “*The Influence of Celebrity Endorsement in Restaurant Product Purchase Decisions Making*”. International Journal of Management, Innovation & Entrepreneurial Research Vol. 6, No 2.
- Schiffman, Leon G, & Leslie Lazar Kanuk. (2008). Consumer Behavior 10th Edition. New York City: Joseph Wisenblit.
- Setiadi, N. J., (2003) Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Prenada Media.
- Shandy, Bobbi (2018). “Pengaruh *Celebrity Endorser* dan WOM Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha”. Jurnal Digest Marketing Vol. 3 No.1.
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga
- Sonwalkar, J., Manohar K., & Pathak A. 2011. “*Celebrity Impact A model of Celebrity Endorsement*”. *Journal of Marketing and Communication*, Vol.7, issue 1.
- Sugiyono. 2014. *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suhaily, Lily and Darmoyo, Syarief (2017). “*Effect of Product Quality, Perceived Price and Brand Image on Purchase Decision Mediated by Customer Trust*”. Jurnal Manajemen/Volume XXI, No. 02.
- Swantika, Gladys Taungke dan Sunarti (2020). “Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Minat Beli dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian”. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 78 No. 1.
- Syamsurizal dan Ernawati, Sri (2020). “Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian pada Rocket Chicken Kota Bima”. Jurnal Brand, Vol.2 No.2.
- Tjiptono, Fandy, 2005. Pemasaran Jasa, Edisi pertama, cetakan pertama, Bayu media Publishing, Malang.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Top Brand Award. <https://www.topbrand-award.com/>, diakses pada 7 oktober 2021.
- Yusuf, Ade (2021). “*The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase Decision on Oppo Smartphone Products in South Tangerang*”

City". Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal) Volume 4, No 1

ZAP Beauty Indeks 2020. <https://zapclinic.com/zapbeautyindex/2020> , diakses pada 20 April 2021.

