

DAFTAR PUSTAKA

- A, Shimp, Terence. 2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran. Terpadu, Jilid II (edisi 5)*, Jakarta: Erlangga.
- A, Shimp, Terence. 2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran. Terpadu, Jilid I (edisi 5)*, Jakarta: Erlangga.
- Abdurrahman, M. 2011. Karakteristik Selebritis Sebagai Model Iklan dan Perannya terhadap Niat Beli Produk Sepeda Motor Yamaha pada Mahasiswa STIE Perbanas Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 1(2), 105-116.
- Abidin, F., Arifin, Z., & Yulianto, E. 2017. Pengaruh Service Marketing Mix (Bauran Pemasaran Jasa) Terhadap Citra Merek Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Kepada Pengguna Armada Bus Pariwisata Po. Anto Wijaya Tour Ponorogo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 44(1), 47-53.
- Aisyah, S. N. 2018. Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Mascara Maybelline pada Mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara.
- Aqmarina, S., Kumadji, 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*, 39(2), 1-10.
- Asosiasi Digital Marketing. 2020. Tersedia pada: <https://digimind.id/data-produk-kecantikan-terlaris-di-e-commerce/> (diakses pada tanggal 17 oktober 2021).
- Bastian, Christ W. 2019. "Sejarah Berdirinya PT Paragon Technology and Inovation Hingga Sukses". Tersedia pada (idntimes.com) (diakses pada tanggal 14 September 2021).
- Bramantya, Y. B., & Jatra, I. M. 2016. Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Dewi, R. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 7(4), 409-423.

- Ende, E., & Kusuma, J. W. 2017. Peran Citra Merek, Persepsi Harga, Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Merek Xiami. *Sains: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 9(2).
- Farisi, S. 2018. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *The National Conference on Management and Business (NCMAB) 2018*.
- Febriyanti, R. S., & Wahyuati, A. 2016. Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(5).
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen: Aplikasi Model-model Rumit Dalam Penelitian Untuk Tesis Magister dan Disertasi Doktor*, Edisi 4, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Global Business Guide Indonesia. 2018. "Indonesia's Cosmetic Industry". Tersedia pada http://www.gbgingonesia.com/en/manufacturing/article/2018/indonesia_s_cosmetics_industry_the_rise_of_halal_cosmetics_11842.php (diakses pada tanggal 2 September 2021).
- Hamdani, Muhammad Yusuf, and M. Kholid Mawardi. 2018. "Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 yang pernah Melakukan Pembelian Online melalui Media Sosial In." *Jurnal Administrasi Bisnis* 60.1. 163-171.
- Jannah, U. M., Rafidah, R., & Hafiz, A. P. 2020. Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani Pada Mahasiswa FEBI UIN STS Jambi (Doctoral dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).
- Jatmiko, M. R. 2021. Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Dove di Semarang. *Anindyaguna Ekonobisnis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis STIE Anindyaguna*, 3(1), 159-173.
- Jayanti, S. E., & Siahaan, R. 2021. Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pixy Mahasiswi STIE Bina Karya. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 37-42.

- Kotler, Philip & Amstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Manafe, R. G. K., & Goenadhi, L. 2021. Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lip Cream Merek Makeover (Studi Kasus Toko Princess Banjarmasin). *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 21(2).
- Muthohar, M., & Triatmaja, A. R. 2013. Pengaruh Endorser Ulama Terhadap Sikap dan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 20(1).
- Nisa, K. 2020. Pengaruh Label Halal, Celebrity Endorser dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Konsumen Wardah Cosmetics di Kota Salatiga).
- Novianti, T. A. 2020. Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pixy. *Pragmatis*, 1(1), 43-50.
- Novitasari, S. 2019. Pengaruh Harga, Online Review Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Make-Up Focallure) (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).
- Nur Hayati, M. 2019. Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Puspa Indah Cosmetic Magelang (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Nurhayati, S. 2017. Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 4(2).
- Pertiwi, L. D. A. R. 2019. Pengaruh Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Exclusive Matte Lipcream. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(2).
- Prabowo, Y. W. 2014. Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli (Survei Pada Pengunjung 3second Store Di Jalan Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(2).
- Pratiwi, M. S., Suwendra, I. W., Yulianthini, N. N., & SE, M. 2014. Pengaruh Citra Perusahaan, Citra Produk dan Citra Pemakai terhadap Keputusan Pembelian Produk Foremost pada Distro Ruby Soho di Singaraja. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 2(1).

- Putri, A. S. 2020. Survei Lipstik Lokal Favorit Perempuan Indonesia di Masa Pandemi. Tersedia pada <https://m.fimela.com/amp/4416185/survei-lipstik-lokal-favorit-perempuan-indonesia-di-masa-pandemi> (diakses pada tanggal 17 September 2021).
- Putri, H. R. A., Fadhilah, M., & Maharani, B. D. 2021. Meningkatkan Keputusan Pembelian Make Up Brand Lokal Wardah Melalui Celebrity Endorser, Brand Image dan Product Quality Pada Mahasiswi S1 Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. *Jurnal Produktivitas: Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pontianak*, 8(1).
- Pratiwiningsih, I. 2018. Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image (Doctoral Dissertation, Universitas Negeri Semarang).
- Rahmawati, N. 2013. Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Dalam Iklan Sabun Mandi Lux Terhadap Perilaku Konsumen Di Kelurahan Sungai Dama Samarinda. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1).
- Rizaty, A. M. 2021. "Industri kosmetik tumbuh 5,59%". Tersedia pada Industri Kosmetik Tumbuh 5,59 Persen, Ini Merek Perawatan Tubuh Terlaris pada Agustus 2021 | Databoks (katadata.co.id) (diakses pada tanggal 1 november 2021).
- Saputri, D. A., & Setyawati, H. A. 2020. Analisis Pengaruh Beauty Vlogger Sebagai Reference Group, Lifestyle dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pixy. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(5), 788-801.
- Sholihat, A., & Rummyeni, R. 2018. Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Crema Koffie (Doctoral dissertation, Riau University).
- Silalahi, Ulber. 2010. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Refika Aditama.
- Siswandi, R. A., & Djawoto, D. 2019. Pengaruh Celebrity Endorser, Korean Wave, Brand Image, Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Kasus Pada Konsumen Produk Kosmetik Korea Selatan Nature Republic Di Kota Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 8(9).
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Susanto, A. B., and Himawan Wijarnako. 2004. *Power branding: Membangun merek unggul dan organisasi pendukungnya*. Mizan Pustaka.
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung.
- Tanjung, Agustini. 2020. Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa* 5.03: 1-18.
- Tazkiyatunnisa, M. 2019. Pengaruh celebrity endorser, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik maybelline (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Top Brand Index 2017-2020. Tersedia pada: Top Brand Index Beserta Kategori Lengkap. Top Brand Award (topbrand-award.com) (diakses pada tanggal 2 September 2021).
- Widyaningrum, P. W. 2016. Pengaruh label halal dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian (Survei pada konsumen Wardah di Ponorogo). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 6(2), 83-98.
- Wijanarko, P., & Arifin, Z. 2016. Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Citra Merek Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei kepada Pengunjung Warung Kopi Kriwul, Kelurahan Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang yang Pernah Melihat Iklan dan Membeli TOP Coffee). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 34(1), 165-171.
- Zahra, R., & Rina, N. 2018. Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoutfit Di Kota Bandung. *Lontar: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 43-55.