

DAFTAR RUJUKAN

- Aini, Eni Nur dan Andjarwati, Anik Lestari. 2020. "Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* Vol. 4, No. 1, e-ISSN : 2477-5533.
- Amron, Amron. 2018. "The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars". *European Scientific Journal* Vol. 14, No. 13, e-ISSN: 1857-7431.
- Bayu, Y. B dan Jatra, M. 2016. "Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter MX Di Kota Denpasar". *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.5, No.3, ISSN: 2302-8912.
- Belch, G.E. dan Belch, M.E. 2004. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective, 6th Edition*. NY: McGraw Hill. NY.
- Daroja, Tubagus Ahmad. 2020. "Effect of Product Quality, Brand Image And Life Style Against Buying Decision". *Journal of Management Science (JMAS)* Vol. 3, No. 2, e-ISSN: 2684-9747.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Manajemen*. Semarang: Badan Penelitian Universitas di Ponegoro.
- Fildzah, Nur Amalina 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, ISSN: 2443-0633.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imansari, Dio dan Oetomo, Hening Widi. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk, Celebrity Endorser, dan Harga terhadap Proses Keputusan Pembelian Shampo Pantene". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Vol.7, No. 10, e-ISSN: 2461-0593.
- Jahanshahi, et.al. 2011. "Study the Effects of Costomer Service and Product Quality and Costomer Satisfaction and Loyalty". *International Journal of Humanities and Social Science*. 1(7): 253-262.
- Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi Kreatif dalam Periklanan Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, L. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, L (2016). *Marketing Management (15th Ed)*. London: Pearson Education Limited.
- Laila dan Sudarwanto. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani di Butik Qta Ponorogo". *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* Vol. 6, No. 1, ISSN: 2337-6708
- 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, ISSN : 2338-2864 p. 1-8.
- Mowen, John, C dan Minor, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid Kedua. Jakarta: Erlangga.
- NapoleonCat. 2021. *Instagram User In Indonesia – September 2021*. Tersedia pada <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2021/09> (diakses tanggal 2 Oktober 2021).
- Nurlitasanti dan Yoestini. 2020. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Saluran Distribusi, dan *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pengguna Masker Wajah Mustika Ratu di Kota Semarang)". *Diponegoro Journal Of Management*. Vol. 9, No. 2, e-ISSN : 2337-3792.
- Pangastuti, dkk. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada *Counter Wardah* di Borobudur Kediri". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi* Vol. 2, No. 1, e-ISSN: 2621-2374.
- Payne, Adrian. 1993. *The Essence of Service Marketing*. New Jersey: Prentice Hall. Inc.
- Peter, P, J, & Olson, Jerry, C. 2009. *Costumer Behavior, Jilid 2, Edisi Kelim (alih bahasa Damos Sihombing)*. Jakarta: Erlangga.
- Royan, Frans. M. 2004. *Marketing Selebrities, Selebritis dalam Iklan dan Strategi Selebritis Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: PT Elek Media Komputindo.
- Salere, et.al. 2019. "The Effect of *Celebrity Endorser* and Halal Brand Image on Customers' Purchasing Decisions of Wardah Cosmetics". *Advances in Economics, Business and Management Research (AEBMR)* Vol. 92.

- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta CV.
- Shimp, Terence A, 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terjemahan oleh Revyani Sjahrial dan Dyah Anikasari Edisi Kelima Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.
- Top Brand Index. 2020. Tersedia pada <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/> (diakses tanggal 6 September 2021).
- Utami, A. T., & Ellyawati, J. (2021). “Peran Citra Merek, Celebrity Endorser, Kualitas Produk Dalam Keputusan Pembelianz”. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 22(1), 140– 150. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i1.6200>.
- Winardi. 2010. *Kepemimpinan dan Manajemen*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- ZAP *Beauty Index*. 2020. Tersedia pada <https://zapclinic.com/zapbeautyindex/2020> (diakses tanggal 10 September 2021).

