

DAFTAR RUJUKAN

- Alma, Buchari. 2011. *Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- 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*, 14 (13): 228 – 239.
- Andrianto, Nur F., dan Sutrasnawati E. 2016. Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* pada Proses Keputusan Pembelian. *Management Journal Analysis*, 5 (2): 104 – 109.
- Anwar, A., Gulzar, A., Fahid, B.S., Akram, S.N. 2011. Impact Of Brand Image, Trust And Affect On Consumer Brand Extension Attitude: The Mediating Role Of Brand Loyalty. *International Journal of Economics and Management Sciences*, 1 (5): 73-79.
- Ardianti, dkk. 2020. Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian di Instagram (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa Angkatan Tahun 2016 sampai dengan tahun 2018). *Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis*, 3 (2).
- Asosiasi Digital Marketing Indonesia. 2020. Data Produk Kecantikan Terlaris Di E-Commerce. [online].(diupdate 11 Februari 2020). <https://digimind.id/data-produk-kecantikan-terlaris-di-e-commerce/>. [diakses 31 Agustus 2021]
- Ayu, Ipak. 2021. Industri Kosmetika Diproyeksi Tumbuh 7 Persen Tahun Ini. Tersedia pada: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210412/257/1379994/industri-kosmetika-diproyeksi-tumbuh-7-persen-tahun-ini>, diakses tanggal 21 Juli 2021.
- Baskara, Yoga. 2017. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Volkswagen Golf. *e-Proceeding of Management* . 4 (2).
- Basu Swastha dan Irawan. 2005 *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Cahyani, K. I., dan Sutrasnawati Rr. E. Pengaruh *Brand Awareness* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal*, 5 (4): 281 – 288.

- Darmansyah, dkk. 2014. Pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian Produk di Indonesia (Penelitian Online). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 12 (2): 230 – 238.
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa.
- Dewi, Retry N. T. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Melalui Minat Beli Sebagai Variabel *Intervening*. *eJournal Administrasi Bisnis*, 7 (4): 409 – 423.
- Evelina, dkk. 2012. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkom Flexi. *Diponegoro Journal of Social and Politic*.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferrinadewi, Erna. 2005. Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. 7 (2): 139 - 151.
- Gareta dan Marboen. 2018. Kinerja Industri Kosmetik Lampau Pertumbuhan Ekonomi. Tersedia pada: <https://www.antaranews.com/berita/728110/kinerja-industri-kosmetik-lampau-pertumbuhan-ekonomi>, diakses tanggal 21 Juli 2021.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. Edisi 7. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar. 2003. *Ekonometri Dasar*. Terjemahan: Sumarno Zain,. Jakarta: Erlangga.
- Gumelar, Brian. (2016). Pengaruh *Brand Image* dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi pada Mahasiswi S1 Universitas Negeri Yogyakarta). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Habibah, dkk. 2018. Pengaruh *Brand Image* dan *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi pada Perempuan Muslim di Kota Bogor). *Iqtishoduna*, 7 (2): 233 – 261.
- Handayani, L. T. (2017). Pengaruh Atribut Produk, Gaya Hidup, dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* di Kota Surakarta. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah.

- Heda, N. S. R. (2017). Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Sampo (Studi Kasus pada Merek *Clear*). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Iswanto, Rendy. 2016. Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembeli pada *Photo Cabin*. *Demandia*, 1 (2): 116 -133.
- Junita, Shanty. (2015). Hubungan *Brand Image* dengan Pengambilan Keputusan Pembelian *Iphone Series*. *Tugas Akhir*. Fakultas Psikologi, Universitas Kristen Satya Wacana.
- Kalangi, dkk. 2019. Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian *Shampoo Clear*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8 (1): 44 – 54.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi ke 13, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2012. *Marketing Management*. New Jearsey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane, Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan dan Kunto. 2014. Analisa Pengaruh *Visibility, Credibility, Attraction, dan Power Celebrity Endorser* Terhadap *Brand Image* Bedak Marcks Venus. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2 (1).
- Lesmana, Y. P. (2019). Pengaruh *Celebrity Endorser*, Atribut Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia (Studi Kasus Konsumen Tokopedia di Kampus Pelita Bangsa Cikarang). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial, Universitas Pelita Bangsa.
- Lubis, Desy I. D., dan Hidayat R. 2017. Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman*, 5 (1): 15 – 24.
- Magdalena. 2020. Industri Kosmetik Tetap Glowing di Masa Pandemi. Tersedia pada: <https://rri.co.id/ekonomi/935030/industri-kosmetik-tetap-glowing-di-masa-pandemi>, diakses tanggal 21 Juli 2021.
- Malau, Herman. 2017. *Manajemen Pemasaran: Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Samapi Era Modernisasi Global*. Bandung: Penerbit ALFABETA.
- Mamahit, dkk. 2015. Pengaruh *Brand Image, Brand Trust*, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil *Toyota All New Series* pada PT Hasjrat Abadi Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15 (5).

- Maulana, Adityawarman Arga. (2016). Pengaruh Effluarge Dan Friction Terhadap Penurunan Kadar Asam Laktat Pelari Sprint 400 Meter. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Maupa, dkk. 2019. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Makassar. *JBMI*, 16 (2): 135 – 168.
- Morissan, M. A. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Muktamar, M. K. 2014. Pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian Sepeda *Wimcyle Agent Series*. *eProceedings of Management Telkom University*.
- Munandar dan Chadafi. 2016. Pengaruh Harga, *Celebrity Endorser*, Kepercayaan, dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian *Online Shop* Di Media Sosial Instagram. *Jurnal Visioner & Strategis*, 5 (2): 1 – 8.
- Novianti, Tita A. 2020. Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pixy. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1 (1): 43 – 50.
- Nuraini dan Maftukhah. 2015. Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah di Kota Semarang. *Management Analysis Journal*, 4 (2).
- Nurhayati, Siti. 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Samsung di Yogyakarta. *JBMA*, 4 (2): 60 – 69.
- Nursam, Muhammad. 2020. *Make Over* Gaet Beauty Blogger dan Penyanyi Jadi Brand Ambassador. Tersedia pada: <https://fajar.co.id/2020/02/09/make-over-gaet-beauty-blogger-dan-penyanyi-jadi-brand-ambassador/>, diakses tanggal 21 Juli 2021.
- Nusaresearch. 2020. Laporan Tentang Makeup Routine. Tersedia pada: https://nusaresearch.net/public/news/996-Laporan_Tentang_Makeup_Routine.nsr, diakses tanggal 21 Juli 2021.
- Parengkuan, dkk. 2014. Analisis Pengaruh *Brand Image* dan *Celebrity Endorsement* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Shampo Head and Shoulders* di 24 Mart Manado. *Jurnal EMBA*, 2 (3): 1792-1802.
- Putri, E. D. R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Studi Pada Konsumen Wardah *Cosmetics* di Indonesia). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma.

- Rina, N., dan Zahra, R. R. 2018. Pengaruh *Celebrity Endorser* Hamidah Rachmayanti terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoutfit di Kota Bandung. *Jurnal Lontar*, 6 (1): 43 – 57.
- Saputro, dkk. 2020 Pengaruh *Celebrity Endorsment*, Testimoni dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian pada *Online Shop* Blibli.com. *e-Jurnal Riset Manajemen*, 9 (16): 168 – 181.
- Sari, Indri N., dan Manurung, Heri P. 2020. Pengaruh *Celebrity Endorser*, *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Handphone* Samsung di Kabupaten Asahan. *Jurnal Manajemen Ekonomi Sains*, 1 (2).
- Shimp, Terence A. 2007. *Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi. Pemasaran Terpadu)*. Jilid I, Edisi Terjemahan. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, Terence A. 2010. *Advertising, Promotion, & Other Aspects of Integrated. Marketing Communication*. United States: Cengage Learning.
- Sidharta. 2014. Penggunaan Anggun C. Sasmi sebagai *Celebrity Endorser* dalam iklan Pantene versi “Bersinarlah Bersama Anggun”. *Jurnal E-Komunikasi*, 2 (3): 1 – 10.
- Soesatyo, Natalia. 2013. Analisa Credibility *Celebrity Endorser* Model : Sikap Audience Terhadap Iklan Dan Merek Serta Pengaruhnya Pada Minat Beli ‘Top Coffee. *Jurnal Strategi Pemasaran* 1 (2): 1–12.
- Soim, dkk. 2016. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Kartu Perdana simPATI di Booth Telkomsel Matos). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 35 (1): 146 - 153.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indah.
- Surachman. 2008. *Dasar-dasar Manajemen Merek*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Suwitho, dkk. 2018. The Impact of *Celebrity Endorser*, Trust and Product Quality to The Purchase Decision Mediated by The Word Of Mouth. *Asian Academic Society International Conference Proceeding Series*.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

- Top Brand Award. 2021. Top Brand Index Fase 1 2021 Kategori Perawatan Pribadi. Tersedia pada: <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>, diakses tanggal 21 Juli 2021.
- Utarsih, Henny. 2014. Pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap Minat Beli Kartu AS (Studi pada Penduduk Bandung). *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1 (2): 105 – 112.
- Wijaya, S. N. C. 2020. Pengaruh *Celebrity Endorsement* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Brand Image* Pada Produk *Sportswear* Merek Under Armour. *Agora*, 8 (2): 78 – 86.
- Wijayaningrum, dkk. 2018. The Effect of Celebrity Endorser on Brand Awareness and It's Impact on Purchase Decision (Study on Undergraduate Student User of Oppo Smartphone in Malang City. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 60 (3): 78 -
- Zaini, A. B. (2013). Analisa Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pasta Gigi Pepsodent Di Wilayah Jakarta Timur). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Zahra, R.R., dan Rina N. 2018. Pengaruh *Celebrity Endorser* Hamidah Rachmayanti terhadap Keputusan Pembelian Produk *Online Shop Mayoutfit* di Kota Bandung. *Jurnal Lontar*, 6 (1): 43 – 57.

