

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, N. M. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pond's (Studi Kasus Pada Siswi Sma Negeri 1 Gianyar) Di Kabupaten Gianyar*. Fakultas Ekonomi Ngurah Rai Denpasar.
- Budiyanto, A. (2019). Pengaruh Jkt48 Sebagai Celebrity Endorser, Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Minuman Isotonik Pocari Sweat Albert. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 22(3), 248–269.
- Bulan, Indah setara & Ratih Hasanah Sudrajat. (2019). Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Arief Muhammad di Instagram Terhadap Brand Image Erigo Store Program Studi Ilmu Komunikasi , Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis . Universitas Telkom Bandung , Jl . Telekomunikasi No . 01 Terusan Buah Batu , Bandung. *Jurnal Sosial Politik*, 5(2), 322–332.
- Digdowiseiso, K., Lestari, R., & ... (2021). “The Effects of Brand Ambassador, Digital Marketing, and Instagram Use on Brand Trust: A Case Study of Scarlett Whitening Product.” ... *International Research and ...*, 2017, 12027–12033. <http://bircu-journal.com/index.php/birci/article/view/3268>
- Elsanti, D. A. (2017). “Brand Image Sebagai Variabel Mediasi Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention (Studi Produk Maybelline di Universitas Brawijaya).” *Doctoral Dissertation, Universitas Brawijaya*, 13–14.
- Erlitna, K. G., & Soesanto, H. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Positive Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Iphone Di Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal of Management*, 7(4). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/22459>
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*, Edisi 2, Cv Andi Offset, Yogyakarta, 2007.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- Ismayana & Hayati (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Pixy. *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*, X(2), 1–15.
- Keller, K. L. (2003). *Understanding Brands, Branding and Brand Equity*. *Interactive Marketing*, 5(1), 7–20
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Marketing An Introduction*. Prentice Hall
- Kotler, Philip & Keller, Kevin L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan Bob Sabran M.M. Edisi 11. Erlangga. Jakarta.

- Kotler, Philip & Keller, Kevin L. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan Bob Sabran M.M. Edisi 13 Jilid 2. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Kevin, K. L. (2016). “*Marketing Management 16 edition*”. New Jersey: Pearson.
- Larika Winda, S. E. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 128–136.
- Lestari, M., & Wahyono. (2021). The Influence of Celebrity Endorser and Online Promotion on Purchase Decision Throuth Brand Image. *Management Analysis Journal*, 10(2), 198–211.
- Munawaroh, M., Gusteti, Y., & Resty, F. (2021). Pengaruh Selebrity Endorser, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswi Asrama Undhari). *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3, 170. <https://doi.org/10.31599/jmu.v3i2.960>
- Oktarini, R. (2020). Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Tangerang. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 52. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.5016>
- Oktri andini; Rama Chandra. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skin Care pada Klinik Kecantikan Ertos Buaran*. <http://repository.stei.ac.id/2080/>
- Osei-Frimpong, K., Donkor, G., & Owusu-Frimpong, N. (2019). “The Impact of Celebrity Endorsement on Consumer Purchase Intention: An Emerging Market Perspective.” *Journal of Marketing Theory and Practice*, 27(1), 103–121. <https://doi.org/10.1080/10696679.2018.1534070>
- 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. *Jurnal Produktivitas*, 8.
- Rini, E. S., & Astuti, D. W. (2012). Pengaruh Agnes Monica sebagai celebrity endorser terhadap pembentukan brand image Honda Vario. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 1–12
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Prenada Media.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*. Erlangga.
- Shimp, Terence. A., (2010). *Integrated marketing communications in advertising and promotions*. Eight editions. South-Western: Cengage Learning.
- Sudjana, D. (2001). *Metode dan Teknik Pembelajaran Partisipatif*. Falah Production.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Kedua. Bandung:

Alfabeta.

Uma Sekaran dan Roger Bougie. 2019. *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Terjemahan Tim Editor. Edisi 6. Jakarta: Salemba Empat

Utami, A. T., & Ellyawati, J. (2021). Peran Citra Merek, Celebrity Endorser, Kualitas Produk Dalam Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(1), 140–150. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis140-150>

Wang, Yai, H., Tsai, Cing, F. (2014). “The relationship between brand image and purchase intention: evidence from award winning mutual funds.” *The International Journal of Business and Finance Research*, 8(2), 27-40

Internet:

Compas. (2021). *10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace - Kompas*. Kompas. <https://kompas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>

Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. (2021). *Tingkatkan Daya Saing IKM Kosmetik, Kemenperin Gencarkan Restrukturisasi Mesin dan Peralatan*. Kemenperin.Go.Id. <https://kemenperin.go.id/artikel/22550/Tingkatkan-Daya-Saing-IKM-Kosmetik,-Kemenperin-Gencarkan-Restrukturisasi-Mesin-dan-Peralatan>

Sindonews. (2021). *Tren Skincare Booming, Industri Kosmetik Lokal Menggeliat di Tengah Pandemi*. Sindonews. <https://daerah.sindonews.com/read/443726/701/tren-skincare-booming-industri-kosmetik-lokal-menggeliat-di-tengah-pandemi-1622599577>