

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Salam, dan Selly Abdiyanti. 2022. "Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Wanita Produk Skin Care Merek Ms Glow Di Kecamatan Sumbawa)." *Accounting and Management Journal* 6(1):60–68. doi: 10.33086/amj.v6i1.2204.
- Abubakar, A. M., Ilkan, M., & Sahin, P. 2016. "EWOM, EReferral and Gender in the Virtual Community." *Marketing Intelligence & Planning* 34(5):692–710.
- Bramantya, Y., & Jatra, I. 2016. "Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 5(3).
- Febriyantia, Nur Fitria, and Renny Dwijayanti. 2022. "Pengaruh E-Service Quality Dan Electronic Word Of Mouth ( E-Wom ) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina (Studi Pada Remaja Di Kota Surabaya)." *Jurnal Jempper* 1(2):196–206.
- Firmansyah, M. Anang. 2019. *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. 2012. "E-WOM Scale: Word-of-mouth Measurement Scale for E-services Context." *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne Des Sciences de l'Administration* 27(1):5–23.
- Hadi, Sutrisno. 2004. *Metodologi Research 2*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Halim, F., Sibarani, H. J., Moktar, B., Sugiat, M., & Sudirman, A. 2021. "Reflections on The Interest in Buying Smarthphone Products Among Millenials: Consumers Satifcation As The Mediating Effect." *JurnalMinds: Manajemen Ide Dan Inspirasi* 18(1):35–52.
- Hennig- Thurau, Thorsten, Kevin P. Gwinner, Gianfranco Walsh, and Dwayne D. Gremler. 2004. "Pengaruh Citra Merek Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Pixy Di Kota Semarang)." *Journal of Interactive Marketing* 18(1):38–52

- Himmah, Annisa Rif'atul, and Apriatni Endang Prihatini. 2021. "Pengaruh Citra Merek Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Pixy Di Kota Semarang)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 10(2):1153–61. doi: 10.14710/jiab.2021.31359.
- Kotler, Philip, dan Armstrong, G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Kedua Belas*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Armstrong, G. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1, Edisi Kesembilan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Keller, K, L. 2009. *Manajemen Pemasaran. Alih Bahasa Oleh Benyamin Molan. Jilid 1*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P. & Keller, K. L. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Keller, K, L. 2016. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT.Indeks.
- Lupiyoadi, R. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Muryati, dan Ade Jermawinsyah Zebua. 2021. "Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah." *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 21(2):748. doi: 10.33087/jiubj.v21i2.1536.
- Oktaviana, F. S. 2021. "Pengaruh Suasana Toko Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Fz Shopee Royal Plaza Surabaya." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 9(1):1174–80.
- Pasternak, Oleksandra. 2017. "Electronic Word-of-Mouth in Online Brand Communities: Drivers and Outcomes." *Doctoral Dissertation, University of Glasgow*.
- Royan, Frans. .. 2004. *Marketing Celebrities, Celebrities Dalam Iklan Dan Strategi Selebritis Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: Elek Meia komputindo kelompok Gramedia.
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. 2017. "Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak. Com." *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya* 3(01):96–106.
- Setiadi, N. J., & SE, M. 2015. *Perilaku Konsumen: Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana

Prenada Media Group.

Shimp, Terence. A., Andrews, Craig, J. 2013. *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communication. Ninth Edition.* USA:Cengage Learning.

Shofiyatus Zaqiyah, Najma Zahiroh Hiro, dan Muhafidhah Novie. 2021. “Pengaruh Celebrity Endorse Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Ms Glow.” *Greenomika* 3(2):90–97. doi: 10.55732/unu.gnk.2021.03.2.5.

Sintani, L. 2016. “Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Isyana vs Gangster’ Terhadap Brand Awareness Masyarakat Surabaya.” *Jurnal E-Komunikasi* 4(1):1–10.

Siswanty, Y. E., & Prihatini, A. E. 2020. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar (Studi Pada Konsumen Wanita Sariayu Martha Tilaar Yang Berada Di Kota Semarang).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 9(3):380–288.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif.* Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi III.* Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, F. 2012. *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, F. 2016. *Service, Quality, & Satification Edisi 3.* Yogyakarta: Penerbit Andi.

Umar, H. 2010. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Ummat, Rohmatul, dan Kristina Anindita Hayuningtias. 2022. “Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic.” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 4(6):2279–91.

<https://kumparan.com/info-psikologi/mengenal-arti-beauty-privilege-beserta-dampak-yang-ditimbulkannya-20mkx1m9l6x/full>

<https://bidiknasional.com/2022/07/18/munculnya-standar-kecantikan-baru-di-indonesia/>

<https://zapclinic.com/zapbeautyindex>

<https://azarinecosmetic.com/>

<https://compas.co.id/article/produk-sunscreen-paling-laris/>

<https://azarinecosmetic.com/a/azarine-cosmetic-berhasil-meraih-12-awards-sepanjang-tahun-2022>

<https://azarinecosmetic.com/a/pertengahan-tahun-2023-azarine-meraih-penghargaan-brand-choice-award-2023>

