

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwidjaja, A. J. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *Agora*, 5(2).
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro Dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Anggraini, N. E. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan Tahun 2016-2019 Pengguna Smartphone Samsung).
- Aprianti, I., & Krismawati, J. P. (2020). Pengaruh Citra Merk Dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mayoutfit Bandung Melalui Instagram. *Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan*, 2(1), 50-57.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Buchari Alma., 2016 Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa. Bandung. Alfabeta
- Iriani, A. R. (2020). Pengaruh Kualitas Profuk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic Di Surabaya. *Ilmu Manajemen* , 1026-1037.
- Kotler, Keller, 2012. Marketing Management, 14th, Person Education.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong, 2014: Principle Of Marketing, 15th Edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, P. & Keller, K. L. 2014. Marketing Manajemen Edisi 15global Edition England:

Pearson Education Limited.

- Kusumawati, A. (2014). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian (Studi Perbandingan Handphone Smartphone Blackberry Dengan Android)* (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Lie, T. D., Purnomo, D., & Sari, D. K. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Keripik Pedas Maicih. *Cakrawala Jurnal Penelitian Sosial*, 6(1), 137-158.
- Oktavianingsih, I., & Setyawati, H. A. (2020). Pengaruh Kelompok Acuan, Gaya Hidup Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek Ink. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (Jimmba)*, 2(4), 619-630.
- Putra, E. (2021). Pengaruh Beauty Vlogger Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Kinali. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(02), 459674
- Rahmawati, R. D., Basalamah, M. R., & Hatneny, A. I. (2022). Pengaruh Beauty Vlogger Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2018). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(16).
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suprpti, L., & IDRIS, I. (2010). *Analisis Pengaruh Brand Awareness, Perceived Value,*

*Organizational Association, Dan Perceived Quality Terhadap keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Pemilik Sepeda Motor Yamaha Mio CW di Harpindo Semarang)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS DIPONEGORO).

- Surabagiarta, I. K., & Purnaningrum, E. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian The Body Shop. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 2(2), 294-301.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2002). Manajemen pemasaran. *Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty.*
- Valentin, I. (2021). Pengaruh brand image dan beauty vlogger terhadap keputusan pembelian kosmetik make over di media sosial (instagram dan youtube). *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(2), 169-179.
- Violeta, S. A. V. A. Pengaruh Beauty Vlogger Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Emina Kosmetik Di Kota Pontianak. *Jurnal Manajemen Update*, 10(2)