

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung.
- Citra, M dan S. B. Santoso. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan *Continuous From* Melalui Kepercayaan Merek (Studi pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang). *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*. Vol 13, No 1.
- Dhani, Mochammad Juli Prima, and Sasi Agustin. "Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada MS Glow For Men." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 11.6 (2022).
- Erdalina, W. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Televisi terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Citra *Hand and Body Lotion* di Pariaman. *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah*. Vol. 12, No 9.
- Fitaloka, Ratna Ekasari, & Donny Arif. (2019). Pengaruh Celebrity Endorses, Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab. *Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen, I* (1), 1-7.
- Gunantha, Ilyas, and Ali Maskur. "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Ms. Glow Beauty (Studi Pada Konsumen Ms. Glow Beauty Di Kota Semarang)." *SEIKO: Journal of Management & Business* 5.2 (2022): 579-589.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivarite Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro
- Jamaludin, A., Arifin, Z., Hidayat, K. (2015). Pengaruh Promosi *Online* dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 21, No. 1.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2007). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi kesembilan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Dan Keller. 2009. "Manajemen Pemasaran." Edisi KE 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller (2018) *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*. Edisi ke 14. New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Kotler, P. dan K.L.Keller. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip, & Amstrong, Gary. (2014). *Principles of Marketing*, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta: Erlangga. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*.
- Kotler, P., Keller K, L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Penerjemah Bob Sabran Edisi 14. Erlangga, Jakarta.
- Kuncoro. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Erlangga. Jakarta.
- Najib, M., Rachma, N., Hufron, M. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Eiger Malang (Studi Kasus Pada Konsumen Eiger Mall Olympic Garden). *Jurnal Riset Manajemen*. Vol. 8, No. 12.
- Priyanto, D. (2013). *Analisis Antecedents Keputusan Pembelian*. Alfabeta, Bandung.
- Rangian, Mh. C., Wenas, R. S., & Lintong, D. C. A. (2022). Analisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan brand ambassador terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Ms Glow Skincare di kota Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), 284-294
- Riduwan. (2011). *Dasar-dasar Statistik*. Alfabeta: Bandung.
- Royan, F. M. (2004). *Marketing Celebrities: Selebriti dalam Iklan dan Strategi Selebriti*.
- Siagian, D., dan Sugiarto. 2006. *Metode Statistika*. Jakarta: PT. Gramedia Pusaka Utama.
- Stanton, W. J. 2004. *Prinsip Pemasaran*. Edisi ketujuh. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno Hadi. (2004). *Metodologi Riset*, Jilid 2. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM.

Zaqiyah, Shofiyatus. "Pengaruh Celebrity Endorse dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare Ms Glow: Studi Kasus pada Masyarakat Wilayah Sidoarjo." *Greenomika* 3.2 (2021): 97-104.

