

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanto R. 2016. “Pengaruh Brand Image Dan Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Kompor Gas Rinnai Pada Konsumen Kelurahan Cereme Taba Kota Lubuk Linggau”. *Orasi bisnis: jurnal ilmiah administrasi niaga*, 16(2)
- Dewi, Retry Nanda Tiara. 2019. “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening”. *Ejournal Administrasi Bisnis*, 7.4:
- Dwiatmaja, Asprilla Riza; Perbawani, Pulung Setiosuci. 2021. “Endorser Laki-Laki Produk Kosmetik Perempuan Dan Pengaruhnya Terhadap Sikap Khalayak”. *Jurnal Komunikasi*, 15.2: 79-90.
- Gasperz, Vincent. 2008. *The Executive Guide to Implementing Lean Six Sigma*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Imb Spss 25 Edisi 9*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gunawan, Didik Gunawan. 2022. “Pengaruh Label Halal, Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Safi Melalui Brand Image Dan Brand Trust”. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8.1: 815-824.
- Hakim, Arif Rahman; Daviya, Muhamad; Fauzi, Nur. 2019. “Industri Kosmetik Dan Manfaat Bagi Konsumen Kosmetik Di Indonesia”. *Majoring In Chemistry Faculty Of Math And Science Padang State University*, 1.1: 1-23.
- Jatmiko, M. R. 2021. “Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Dove di Semarang”. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis STIE Anindyaguna*, 3(1), 159–173.
- Kotler, Phillip. 2007. *Manajemen Pemasaran 1*. Edisi keduabelas. Jakarta: PT Indeks.

- Kotler. 2009. *Principles Of Marketing Edition*. Pearson Education Inc
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler & Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jilid 1. Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Amstrong, G. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Indeks
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip Dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Edisi Keduabelas. Pt Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip; Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran (Jilid 1 dan 2)*. Klaten: Macana Jaya Cemerlang.
- Kotler, Philip & Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan Bob Sabran. Edisi ke 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi Keduabelas. Jakarta: Erlangga.
- Murtani, Alim, Et Al. 2020. “Pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Rejoice 3 In 1 Hijab (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Potensi Utama)”. *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1.1: 161-171.
- Mustopa, A. N., & Ekawaty, N. 2022. “Pengaruh Celebrity Endorser Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pantene Miracles Hair Supplement Conditioner (Studi Kasus Pada Followers Instagram @Panteneid)”. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Desember, 423–429. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7494563>
- Nasution, T. I. S., & Kurniawati, T. 2019. “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Nissan Grand Livina”. *Jurnal Ecogen*, 1(4), 880-886.

- Novianti, Tita Ajeng. 2020. "Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pixy". *Pragmatis*, 1.1: 43-50.
- Peng, T. 2020. *From semiotic perspective: Male endorsements in cosmetic advertising. International Conference on Educational Innovation and Philosophical Inquiries (ICEIPI 2020)*, 62–73.
- Prabowo, Rokh Eddy dkk. 2020. "Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olah Raga Merek Adidas (Studi di Kota Semarang)". *Universitas Stikubank Semarang. Majalah Ilmiah Solusi, Volume 18, Nomor 4* (hlm. 121-132).
- Royan, Frans. M. 2004. *Marketing Celebrities, Selebritis Dalam Iklan Dan Strategi Selebritis Memasarkan Diri Snediri*. Jakarta: Elek Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Rangkuti, Freddy. 2008. *The Power of Brand's*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sari, Dani Kartika; Wibowo, Adityo. 2016. "Perawatan Herbal Pada Rambut Rontok". *Jurnal Majority*, 5.5: 129-134.
- Sari, Faradilah. 2022. "Pengaruh Brand Trust, Marketing Mix, Psikologi Konsumen, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Sunsilk Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Yarsi)". *Phd Thesis. Universitas Yarsi*.
- Setiadi, Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen*. Kencana. Jakarta.
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: andi.

