

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A.D., dan A. L. B. (2009). *Brand Equity and Advertising: Advertising Role In Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Amin, A. M., & Yanti, R. F. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 1–14.
- Anas, A. A., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh celebrity endorser terhadap keputusan pembelian di eiger store royal plaza surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 953–958.
- Ariella, I. R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 216–221.
- Arifin, M. bin S. (2018). *Endorsement dalam perspektif Islam*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Cooper, D. R. and P. S. S. (2006). *Business Research Methods Title* (9th ed.).
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (4th ed.). Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (5th ed.). Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23 (Edisi 8). *Cetakan Ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 96.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). Multivariate data analysis 6th Edition. *Pearson Prentice Hall*. New Jersey.
- Humans: Critique and Reformulation*. *Journal of Abnormal Psychology*, 87, 49–74.
- Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS (JAB)*, 8(1), 44–54.
- Kertajaya, H. (2007). *Markplus on marketing*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P, & K. K. . (2012). *Marketing Management* (13th ed.). Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P, & K. K. . (2015). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Pt Indeks.
- Kotler, P, & K. K. . (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P. G. A. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Nur Hayati, M. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Puspa Indah Cosmetic Magelang*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Pertiwi, L. D. A. R., & De, L. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Exclusive Matte Lipcream. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2, 307–315.
- Pradika, N. D., & Setiawan, M. B. (2022). Pengaruh Celebrity Endorsement,

- Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow (di Toko Asa Beauty Ms Glow Semarang. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(1), 861–871.
- Saputri, D. A., & Setyawati, H. A. (2020). Analisis Pengaruh Beauty Vlogger Sebagai Reference Group, Lifestyle dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pixy. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(5), 788–801.
- Schiffman, L., & Kanuk Leslie, L. (2007). *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Indeks Prestice Hall.
- Shimp, T. . (2003). *Periklanan Promosi, Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Erlangga.
- Singarimbun, M. dan S. E. (2008). *Metode Penelitian Survei* (Revisi). LP3ES.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. PT. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemaasaran*.
- Suryani, N. I., & Batu, R. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Kota Bogor. *YUME: Journal of Management*, 4(2).
- Tamamudin. (2012). Mengantisipasi Pasar Terbuka dengan Menciptakan Keunggulan Bersaing melalui Pendekatan Strategi (Pendekatan Marketing Mix dalam Prespektif Islam). *Hukum Islam*, 10.
- Telagawathi, N. L. W. S., & Susila, G. P. A. J. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(1), 1–8.
- Tjiptono, F. (2008). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* (2nd ed.). Andi.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Wachyuni, S. S., & Priyambodo, T. K. (2020). The influence of celebrity endorsement in restaurant product purchase decisions making. *International Journal of Management, Innovation & Entrepreneurial Research*, 6(2), 45–54.
- Zukhrufani, A., & Zakiy, M. (2019). The Effect Of Beauty Influencer, Lifestyle, Brand Image And Halal Labelization Towards Halal Cosmetical Purchasing Decisions. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam/ Journal of Economics and Business Islamic*, 5(2), 168–180.