

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. F. (2019). The Influence of Product Quality and Price on Purchasing Decisions at Mitraindo South Tangerang Online Shop. *Jurnal Ad'ministrare*, 6(2), 237. <https://doi.org/10.26858/ja.v6i2.13557>
- Akif, N. F. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Pengguna Produk Kecantikan Wardah). *ثَبْتِيب, ث قَوْتِي (ثِق ثَقْتَقْتَقِي), ثَقْتَقْتَقِي*.
- Alghifari, A. Y., & Rahayu, T. S. M. (2021). PENGARUH DISKON, KUALITAS WEBSITE, PERSEPSI RISIKO DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ONLINE SHOP SHOPEE: STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO Aruf. *Derivatif Jurnal Manajemen*, 15(2).
- Ali, M. M., & Suciana, A. (2019). The Influencee of Location, Price and Service Quality On A House Purchase Decision. *www.ijbmm.com International Journal of Business Marketing and Management*, 4(8), 2456–4559. www.ijbmm.com
- Alma, B., & Priansa, D. J. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer Edisi Revisi*. Alfabeta.
- Bramantya, Y. B., & Jatra, M. (2016). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN BRAND IMAGE TERHADAP Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia. *E-jurnal Manajemen, Unud*, 5(3), 1745–1771.
- Compas.id. (n.d.). *Top Brand Toner Lokal di Shopee dan Tokopedia Periode 1-15 September 2021*. Diambil 1 Juli 2022, dari <https://compas.co.id/article/toner-lokal/>
- Compas.id. (2021). *Top Brand Serum Wajah di Shopee Juni 2021*. <https://compas.co.id/article/penjualan-serum/>
- Devi Marta Dwi .L, Theresia Pradiani, I. K. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk,

- Harga, Diskon, Dan Keputusan Pembelian Online Maharani Prima Skin Care Di Blitar. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, & Fadhilah, M. (2020a). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA*, 4(1).
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, & Fadhilah, M. (2020b). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA*, 4(1), 176–188.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21* (7 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program (IBM SPSS)* (8 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gulliando, D. (2019). The Effect of Product Quality, Price and Promotion on the Purchase Decision of Telkomsel Service Products. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(9), 419–425. <https://doi.org/10.30587/innovation.v1i1.1190>
- Hanif, H. (2018). Landasan Syariah dalam Etika Periklanan. *Nukhbatul 'Ulum : Jurnal Bidang Kajian Islam*, 4(1), 446–462. <https://doi.org/10.36701/nukhbah.v4i1.36>
- Hapsari, A. . (2010). Analisis Perbandingan Penggunaan Celebrity Endorser dan Typical-Person Endorser Iklan Televisi dan Hubungannya dengan Brand Image Produk. *universitas padjajaran*.
- Janio.asia. (2021). *INDONESIAN SKINCARE ECOMMERCE MARKET TRENDS: Paying for the “glow.”* <https://janio.asia/articles/indonesia-skincare-ecommerce-trends/>
- Jayanti Suci Etri, & Rumiris, S. (2021). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER

DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK PIXY MAHASISWI STIE BINA KARYA. *jurnal Muhamadiyah*, 2(1).

Jewler, A. ., & B.L, D. (2005). *Creative Strategy in Advertising*. Wadsworth Thomson Learning.

Kayawati, L., & Kurnia, E. (2021). Membangun Citra Merek Sesuai Konsep Syariah. *Economic and Business Management International Journal*, 3(3), 39–49.

Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management ; Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (Fourth Edi). Pearson Education Inc.

Khumairo, Lukiana, N., & Kasim, K. T. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api Di Lumajang. *Jurnal Progress Conference*, 1(1), 262–270.

Kompasiana.com. (2021). *Somethinc, Brand Skin Care dengan Visual Marketing yang Brilian*. 13 Juli. <https://www.kompasiana.com/namiraindriati9699/60ed3bef1525107802474372/somethinc-brand-skin-care-dengan-visual-marketing-yang-brilian>

Koska, Is. (2021). *Mengenal Apa Itu Skincare hingga Urutan Penggunaannya*. [cnnindonesia.com. https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20211101160520-282-715109/mengenal-apa-itu-skincare-hingga-urutan-penggunaannya](https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20211101160520-282-715109/mengenal-apa-itu-skincare-hingga-urutan-penggunaannya)

Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13 ed.). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (12 ed.). PT.Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15 ed.). Pearson Education.

Nugroho, J. S. (2013). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Perada Media.

Nurul Kumala, F. O., & Anwar, M. K. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas

- Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Pt.Hasanah Mulia Investama. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 3(2), 26–39. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n2.p26-39>
- Oktarini, R. (2021). The Effect Of Brand Image and Celebrity Endorser on " Wardah " Indonesian Halal Body Cream Cosmetics ' Purchase Decisions : a Study on Tangerang Selatan Region Working Mothers. *Kontigensi: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(2), 540–549.
- Pamungkas, N. L., Ibdalsyah, I., & Triwoelandari, R. (2021). Pengaruh Islamic Branding, Celebrity Endorser, dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kosmetik Wardah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(2), 100–114. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i2.539>
- Pektas, S. Y., & Hassan, A. (2020). The Effect of Digital Content Marketing on Tourists' Purchase Intention. *Journal of Tourismology*, February, 79–88. <https://doi.org/10.26650/jot.2020.6.1.0011>
- Peter, & Olson. (2014). *Consumer Behavior* (Eleventh E). Pearson Education Limited.
- Prabandari, A. I. (2021). *Skincare adalah Perawatan untuk Kulit agar Tetap Sehat, Ketahui Langkahnya.* merdeka.com. <https://www.merdeka.com/jateng/skincare-adalah-perawatan-untuk-kulit-agar-tetap-sehat-ketahui-langkahnya-klm.html>
- Rahman. (2010). *Strategi Dahsyat Marketing Mix* (Cetakan Pe). Transmedia.
- Rosita, D., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 494–505. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.200>
- Sahir, S. H., Ramadhan, A., & Tarigan, E. D. S. (2018). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(1).
- Sandhu, M. A., Mahasan, S. S., & Rehman, A. ur. (2014). The Impact Of Brand Image and Celebrity Endorsement On Consumers Purchase Preference for

- Fashion Product. *Journal Indian Streams Research*, 4(2).
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Andi.
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jimea*, 5(3). [http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1490064&val=12596&title=ANALISIS KOMPARATIF PENGUKURAN KINERJA ENTITAS SYARIAH DENGAN BALANCE SCORECARD DAN MASLAHAH SCORECARD](http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1490064&val=12596&title=ANALISIS%20KOMPARATIF%20PENGUKURAN%20KINERJA%20ENTITAS%20SYARIAH%20DENGAN%20BALANCE%20SCORECARD%20DAN%20MASLAHAH%20SCORECARD)
- Savarini, M. P., & Oktafani, F. (2021). *Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk the Body Shop Di Indonesia*. 8(4), 3433–3442.
- Schiffman, L. ., & Kanuk, L. . (2010). *Consumer Behavior* (10 ed.). Pearson Prentice Hall.
- Shimp, A. T. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Salemba Empat.
- Silaen, S. (2018). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. In Media.
- Simamora, B. (2014). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. PT. Gramedia Pustaka.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RD*. Alfabeta CV.
- Swa.co.id. (2022). *Skincare Lokal Somethinc Perluas Pasar dengan Produk Baru*. 17 Februari. <https://swa.co.id/swa/trends/skincare-lokal-somethinc-perluas-pasar-dengan-produk-baru>
- Tjiptono, F. (2010). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Tjiptono, F., & Greforius, C. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Andi.
- Umbarani, E. M., & Fakhruddin, A. (2021). Konsep Mempercantik Diri Dalam Prespektif Islam Dan Sains. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 23(1), 115–125. <https://journals.usm.ac.id/index.php/jdsb/article/view/2974>

- Utami, P. (2011). Sertifikasi Halal sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Produk Olahan Komoditas Pertanian Unggulan Daerah. *Agritech: Jurnal Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, 13(1), 86–95.
- Wijayati, U. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kelompok Acuan serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian Tas Exsport pada PT Eksonindo Multi Product Industry Bandung. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen Unikom*.
- Wulandari, N. M. R., & Nurcahya, I. K. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampoo Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(11), 244169.
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11–18. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i1.81>
- Yusuf, A. (2021). The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase Decision on Oppo Smartphone Products in South Tangerang City. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(1), 472–481. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i1.1629>
- Zahiroh, N., Zaqiyah, S., & Novie, M. (2021). Pengaruh Celebrity Endorse Dan Persepsi Produk Skincare Ms Glow Di Sidoarjo. *Greenomika*, 3(2), 90–97.
- Zahra, K. F., Listyorini, S., & Pinem, R. J. (2021). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER , ELECTRONIC WORD OF MOUTH , DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Koesmetik Wardah di Kota Semarang) Pendahuluan Bisnis pada masa sekarang terus berkembang di Indonesia sudah semakin maju dan pesat dapat. *Ilmu Administrasi Bisnis*, X(X), 965–973.