

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Herawati, A. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya). *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 2(2), 309–325.
- Akbar, A. (2012). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba. *Jurnal. Universitas Gunadarma*.
- Algiffary, M. A., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Widiyanti, M. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Online Advertising dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen pada E-Commerce Tokopedia. *AMAR (Andalas Management Review)*, 4(2), 16–31. <https://doi.org/10.25077/amar.4.2.16-31.2020>
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Andriyanti, E., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 228–241.
- Antoro, Agus Dwi., E. S. (2015). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Endorser Dan Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi. *Management Analysis Journal, Semarang*, 727–734.
- Arifa Qonita. (2018). ANALISIS PENGARUH IKLAN, CELEBRITY ENDORSER, DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI WARDAH KOSMETIK (Survei Pada Calon Konsumen wardah kosmetik komplek pondok pesantren Mulungan wetan, Mlati, Sleman, DIY ). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(8), 1–11. <http://jurnalfe.ustjogja.ac.id/index.php/ekobis/article/view/551/568>
- Bakri, A. N., & Saputra, I. (2019). Apakah Citra Merek Dan Pelayanan Memiliki Pengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kafe Rabbids Kota Palopo. *Dinamis - Journal of Islamic Management and Bussines*, 2(1), 23–28.
- Benowati, S. G., & Purba, T. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Kosmetik Wrdah di Kota Batam. *Journal of Management, Accounting, Economic and Business*, 1(1), 56–70.
- Compas. (2021). *Data Penjualan 10 Brand Bedak Terlaris Shopee dan Tokopedia: Lokal Bersaing!* Compas. <https://compas.co.id/article/bedak-terlaris/>
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Satu Nusa.
- Databoks. (2021). *Pengguna Internet Indonesia Peringkat ke-3 Terbanyak di Asia*. Databoka. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/14/pengguna-internet-indonesia-peringkat-ke-3-terbanyak-di-asia>
- Elvina, N., & Sarah, S. (2021). Pengaruh Harga Dan Electronic Word of Mouth (Ewom) Terhadap Minat Beli Emina Kosmetik. *Indonesia Membangun*, 20(1), 84–98. <https://jurnal.inaba.ac.id/>
- Ferdinand. (2006). *Metode penelitian manajemen : pedoman penelitian untuk skripsi, tesis dan disertasi*. CV. Indopront.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Universitas Diponegoro.

- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Deepublish.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, L., & Saragih, R. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Npk Mutiara Di Ud.Barelang Tani Jaya Batam. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 37–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.4>
- Hendri, & Budiono, H. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, EWOM terhadap Purchase Intention pada produk H&M pada masa pandemi Covid-19. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(2), 371–379.
- Janah, N. R., & Edi Suswardji. (2021). The Effect of Brand Image and Electronic Word of Mouth on The Interests of Buying Beauty Products Wardah. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 4, 690–697.
- Kemenperin. (2020). *Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik*. Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. <https://kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik>
- Kotler, P., & Amstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong. (2014). *Principle Of Marketing* (15th ed.). Pearson Prectice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1 dan 2* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (Edition 14). Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). *Marketing Managemen* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Marketing Management*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran. Edisi 1*. Erlangga.
- Kotler, Philip, K., & Lane, K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1). Erlangga.
- Kusuma, J. W. (2017). Peran Citra Merek, Persepsi Harga, Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Merek Xiaomi. *Chemistry and Physics of Lipides*, 9, 180–197.
- Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Graha Ilmu.
- Larasati, N. D. (2021). *Pengaruh kualitas produk, harga produk dan citra merek terhadap minat pembelian produk kosmetik merek lokal di yogyakarta*.
- Luxcrime. (2015). *LUXCRIME*. <https://luxcrime.com/>
- Martono, & Irani, S. S. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2), 687–699. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/download/10202/9971>
- Mubarok, D. A. A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Mahasiswa Kelas Reguler Sore STIE INABA Bandung). *Jurnal Indonesia Membangun*, 3(1), 61–76.
- Muslimin, S., Zainab, Z., & Jafar, W. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam

- Perspektif Islam. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.37146/ajie.v2i1.30>
- Mustafa, Z. (2013). *Mngurai Variabel hingga Instrumentasi*. Graha Ilmu.
- Nabilatul Abda, E. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Minat Beli Konsumen Toko Vizcake Pekanbaru. *JOM FISIP Edisi II Juli – Desember*, 5(Edisi II Juli – Desember 2018), 1–15.
- Naeini, A. B., Azali, P. R., & Tamaddoni, K. S. (2015). Management and Administrative Sciences Review Impact of Brand Equity on Purchase Intention and Development, Brand Preference and Customer Willingness to Pay Higher Prices. *Management and Administrative Sciences Review*, 4(3), 616–626. <http://absronline.org/masr/articles/files/4/3/616-626.pdf>
- Nathani, D., & Budiono, H. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Popularitas, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kamera Sony. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(4), 953. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i4.13437>
- Nikmatulloh, A. W. (2019). Pengaruh Kesadaran Merek, Kepercayaan dan Harga Terhadap Minat Beli Online pada Marketplace Bukalapak (Studi pada Pengguna Bukalapak di Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(10), 837–848.
- Ningsih, C. S., & Anah, L. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Universitas Hasyim Asy'ari Jombang). *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 3(2), 165–184. <https://doi.org/10.33752/bima.v3i2.220>
- Nulufi, K., & Murwartiningsih. (2015). Minat Beli Sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Batik Di Pekalongan. *Management Analysis Journal*, 4(2), 129–141.
- Pakpahan. (2016). *Manajemen Pemasaran*. CV. Rural Development Service.
- Pantiyasa, I. W. (2013). *Metode Penelitian*. CV. Andi Offset.
- Prawira, B., & Yasa, N. N. K. (2014). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK SMARTPHONESAMSUNG DI KOTA DENPASAR. *E-Jurnal Manajemen*, 3, 3642–3658.
- Purba, R. R., & Wati, F. (2021). Pengaruh Harga Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Shampo Clear (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia). *Metta : Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(3), 100–109. <https://doi.org/10.37329/metta.v1i3.1501>
- Ramlawati, & Lusyana, E. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Wardah Pada Mahasiswa Hpm Cabang Maiwa Di Makassar. *Manajemen Dan Organisasi Review (MANOR)*, 2(1), 65–75.
- Ratna Sari, Y., Harliyani, S., Sanjaya, V. F., Studi Manajemen Bisnis Syariah, P., & Islam Negeri Raden Intan Lampung, U. (2022). Pengaruh Harga, Brand Image, Dan Celebrity Endorser Enzy Storia Terhadap Minat Beli Produk Erigo. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ) e-ISSN*, 3(1), 2745–8547.
- Santosa, P. W., & Hidayat, A. (2014). *Riset Terapan Teori dan Aplikasi*. PT.

Globalstat Solusi Utama.

- Savitri, N. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Iklan Melalui Media Televisi Terhadap Minat Beli Pada Tokopedia Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(8), 253221.
- Shimp, T. (2015). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi* (Edisi 8). Salemba Empat.
- Sismanto, Susanti, E., & Adi. (2021). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli batik besurek pada toko sari rasa. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 2(1), 53–58.
- Sopiah, & Sangadji. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. PT. Bumi Aksara.
- Subastian, D. V., Retno p, D. A., Firsa, E., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Celebrity Endorser Raffi Ahmad Terhadap Minat Beli Produk Skincare Ms.Glow. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.24042/revenue.v2i1.7691>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta.
- Sulistiyari, I. N., & Yoestini. (2012). *ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK ORIFLAME ( Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang )*. 1, 1–17.
- Sumaa, S., Soegoto, A. S., & Samadi, L. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado) the Influence of Product Quality, Price and Advertising Social Media on Buy. *304 Jurnal EMBA*, 9(4), 304–313.
- Sundalangi, M., Mandey, S. L., Jorie, R. J., Produk, K., Produk, K., Iklan, D. T., Potongan, D. A. N., & Terhadap, H. (2014). Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pizza Hut Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 313–324.
- Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran* (Edisi 3). CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* (Edisi 2). CV. Andi Offset.
- Wibowo. (2012). *Manajemen Kinerja (Edisi ke 3)*. Rajawali Pers.
- Wibowo, A., & Wulandari. (2020). *SPSS Dalam Riset Layanan Jasa dan Kesehatan*.
- Wijaya, F. A., & Sugiharto, S. (2015). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Purchase Intention Dengan brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Iklan Produk Perawatan Kecantikan Pond'S). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(1), 16–22. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.9.1.16-22>
- Wirayanthi, N., & Santoso, S. (2019). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 87–96.