

DAFTAR PUSTAKA

- Andries, Loudy Alfa. 2014. The Influence Of Koren's Celebrity Endorsement And Youth Buying Behavior On Youth Apparel Purchase Decision In Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.2 No.4.
- Belch, George E and Michael A Belch. 2009. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. New York: Mc.Graw Hill/Irwin.
- Cahyani Nidia Sri, S.L.H.V. Joyce dan Lopian Johan Tumiwa, 2017. Pengaruh Dari Citra Merek, Perkiraan Harga, Dan Perkiraan Kualitas Terhadap Keputusan Membeli Konsumen Pada Produk Perawatan Kulit Pond's, *Jurnal EMBA*, Vol.5 No.2 Juni 2017, Hal. 354 – 362.
- Fajar, T., & Winata, A. (2017). Pengaruh Promotion Mix Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Cv . *Sinar Utama Group*, 5(4), 957– 971.
- Garud Urvashi, 2013. An Impact of Product Advertisement and Celebrity Endorsement on Consumer Buying Behaviour and Building Brand Image – A Study among Professional Students, *SIT Journal of Management*, Vol. 3. No.1, Pp. 247-257.
- Ghozali, Imam. 2017. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM Edisi 7*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Greenwood, Gaynor. 2012. *Fashion Marketing Communications E-book*. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Hendrayanti Heny., et. al. 2016. The Influence of Celebgram on Online Purchasing Decision, *Advances in Economics, Business and Management Research*, Volume 15.
- Kotler and Amstrong, 2015. *Marketing An Introduction, Canadian 6 Edition*. Pearson Toronto, New Jersey.
- Kotler and Keller, 2016. *Marketing Management, Edisi 15*. Pearson Education, Inc.
- Kotler and Amstrong, 2018. *Principles Of Marketing, Edisi 15. Global Edition*, Person.
- Kuspriyono, T., & Meikarta, P. A. (2018). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Apartemen Meikarta, *Xviii(1)*, 59–66.

- Lestari Heppiana, Sunarti dan Bafadhal, Aniesa Samira, 2019. Pengaruh *Brand Ambassador* Dan Korean Wave Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Konsumen Innisfree Di Indonesia Dan China), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 66 No. 1.
- Mariyanti, Luh Dwi dan Rahanatha, Gede Bayu. 2015. Pengaruh Celebrity Endorsers Dan Pesan Iklan Di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Es Krim Walls Magnum Belgium, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 10, 2015: 3093 – 3118.
- Pertiwi, Luh De Ayuningrum Ratna, 2019. Pengaruh Citra Merek Dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Exclusive Matte Lipcream, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 7 Nomor 2 – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.
- Purnama, Pradana Jaka. 2011. Analisis Pengaruh Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko Murah Di Sukoharjo), Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Retnoningrum, 2020. Peran *Brand Awareness* Sebagai Variabel *Intervening* Dalam Pengaruh Iklan Dan *Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik *Make Over* (Studi Kasus Pada *Make Up Artis* Di Solo), *Surakarta Management Journal*, Volume 2.
- Rizki, Shinta Pamudyaning dan Mudiantono, 2016. Analisis Pengaruh *Brand Ambassador*, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap *Brand Image* Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Face Care Garnier Di Kota Semarang), *Diponegoro Journal Of Managemen*, Volume 5, Nomor 2, Halaman 1-12.
- Sagia Ayu dan Situmorang Syafrizal Helmi, 2018. Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Personality* Dan *Korean Wave* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera, *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, Vol. 5, Nomor 2.
- Salere Sandi, et. al. 2018. The Effect of Celebrity Endorser and Halal Brand Image on Customers Purchasing Decisions of Wardah Cosmetics, *Advances in Economics, Business and Management Research (AEBMR)*, volume 92.
- Shimp, A. Terrance. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

- Sundarapandiyana, et. al 2015. A Research on the Influence of Media Advertisements in the Purchasing Decisions of Generation Y in Penang Malaysia, *International Journal of Sciences: Basic and Applied Research (IJSBAR)*, Volume 21, No 1, pp 192-222.
- Vanessa Ike dan Arifin Zainul. 2017. Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 Dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra- Bayar Simpati), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 51 No. 1.
- Widodo, Tosan. 2016. Pengaruh Brand Image, Atribut Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario di Kulon Progo. Unpublished, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Yusiana Rennyta dan Maulida Rifaatul, 2015. Pengaruh Gita Gutawa Sebagai *Brand Ambassador* Pond's Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Telkom Jurusan D3 Manajemen Pemasaran), *Ecodemica*, Volume 11. No. 1.
2019. *Pedoman Penyusunan Skripsi*, Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus, Kudus.
- <https://trends.google.com/trends/explore?geo=ID&q=nature%20republic> ; di akses pada tanggal 14 April 2020.
- <https://trends.google.com/trends/explore?geo=ID&gprop=froogle&q=nature%20republic> ; di akses pada tanggal 14 April 2020.
- <https://id.priceprice.com/Nature-Republic-Soothing-Moisture-Aloe-Vera-92-Soothing-Gel-26642/> ; di akses pada tanggal 14 April 2020.
- <https://id.priceprice.com/kecantikan/news/Brand-Skin-Care-Korea-Terkenal-Indonesia-9223/>; di akses pada tanggal 14 April 2020.
- <https://www.beautynesia.id/berita-travel/gantikan-exo-nct-127-terpilih-jadi-brand-ambassador-terbaru-nature-republic/b-13506>.