

DAFTAR PUSTAKA

- Abd Hafiz, K., & Ali, K. A. M. (2017). *A Proposed Model of Purchase Decisions by Young Adults in Malaysia's Beauty, Health and Wellness Industry. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(4), 2222-6990.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak Publisher).
- Aqmarina, S., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2016). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP CITRA MEREK SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013 dan 2014 Konsumen Produk Kosmetik Wardah). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 39(2), 1-10.
- Aspan, H., Sipayung, I. M., Muharrami, A. P., & Ritonga, H. M. (2017). *The Effect of Halal Label, Halal Awareness, Product Price, and Brand Image to the Purchasing Decision on Cosmetic Products (Case Study on Consumers of Sari Ayu Martha Tilaar in Binjai City)*. *International Journal of Global Sustainability*, 1(1), 55-66.
- Bilgin, Y. (2018). *The effect of social media marketing activities on brand awareness, brand image and brand loyalty*. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(1), 128-148.
- Bungin, Burhan. 2014. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Kencana Prenada Media.
- De Ayuningrum Ratna Pertiwi, L. (2018). PENGARUH CITRA MEREK DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH EXCLUSIVE MATTE LIPCREAM. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(2).
- Dewi, N. N. K. A., & Warmika, I. G. K. (2017). Pengaruh Internet Marketing, Brand Awareness, dan Wom Communication Terhadap Keputusan Pembelian Produk Spa Bali Alus. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(10).

- Diansyah, D., & Nurmalasari, A. I. (2017). Pengaruh Pemasaran Internet Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kesadaran Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta. *Journal Of Business Studies*, 2(1), 84-98.
- Dwi Hadya. 2019. Berapa pengguna internet di indonesia?. www.statista.com.(2020, Mei 1).
- Eriza, Z. N. (2017). Peran Mediasi Citra Merek dan Persepsi Risiko pada Hubungan antara Electronic Word of Mouth (E-WOM) dan Minat Beli (Studi pada Konsumen Kosmetik E-Commerce di Solo Raya). *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 9(1), 14-24.
- Ghozali, Imam. 2011. Model Persamaan Struktural Konsep & Aplikasi Dengan Program AMOS 19.0. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2017. Model Persamaan Struktural Konsep & Aplikasi dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM Edisi 7. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black. W. C., Babin. B. J. ; and Anderson. R. E. (2010), *Multivariate Data Analysis*, 7th ed. Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Hutter, K., Hautz, J., Dennhardt, S., & Füller, J. (2013). The impact of user interactions in social media on brand awareness and purchase intention: the case of MINI on Facebook. *Journal of Product & Brand Management*.
- Koran Tempo. 2020. Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik. <https://kemenperin.go.id/>. (2020, Januari 27).
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. Marketing Managemen, 15th Edition. Pearson Education, Inc.
- Kotler, dan Gary Amstrong. 2009. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga. Hal. 280
- Kotler, dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga. Hal, 10
- Kotler, dan Keller. 2009. *Marketing Management Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga. Hal.125 dan 258

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip And Armstrong, Gary. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga. Hal. 181 dan 283
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., dan Keller Kevin Lane. 2018. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. PT Indeks.
- Marchel Febrian. 2019. 5 Marketplace Terbaik di Indonesia pada tahun 2019. <https://solutech.id/2019/07/18/5/>. (2020, Mei).
- Marselina, D., & Siregar, E. H. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Brand Image pada Kosmetik Wardah di Bogor. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 8(1), 15-27.
- Rahman, M. A., Khan, S. A., Abdul Hamid, A. B., Latiff, A. S. A., & Mahmood, R. (2018, November). Impact of Electronic Word of Mouth (e-WOM) on Brand Image and Online Purchase Intention: The Perspective of Bangladesh. In *Proceedings of 3rd International Conference on Dynamic Innovation* (pp. 61-79).
- Rosandini, Gilar dan Ferdinand. 2012. "Analisis Pengaruh Daya Tarik Media Luar Ruang, Popularitas Endorser, dan Kreatifitas Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Guna Menumbuhkan Top Of Mind Produk Simcard GSM Prabayar Mentari". *Diponegoro Journal Of Management*. 1 (1): p.245-253.
- Setiawan, Livya. 2018. Pengaruh *Celebrity Endorsement* Terhadap *Purchase Intention* dengan *Brand Awareness* Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Green Tea Esprecielo Allure. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 12 No.1 April, 2018, Hal.53-60*.
- Sharma, S. D., & Anjum, M. M. I. (2017). *A STUDY OF PROPELLING ACCESS AND ACCEPTANCE OF CELEBRITY ENDORSEMENT IN SKIN CARE*

PRODUCTS' ADVERTISEMENTS AND REALIZING THE POTENTIALS FOR EFFECTING BUYING BEHAVIOR.

- Shimp, Terence A, 2014. Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terjemahan oleh Revyani Sjahrial dan Dyah Anikasari. Jilid 1, Edisi ke 5, Erlangga, Jakarta.
- Shopee. 2019. Ulasan Review Produk Lipstick Maybelline. https://shopee.co.id/search?keyword=maybelline&gclid=EAIaIQobChMIweGLwJfJ6wIVRCQrCh0rMOGIEAAYASAAEgLrp_D_BwE. (2020, Mei 1).
- Srihartati, E., & Abdillah, Y. (2018). Pengaruh *Korean Wave Dan Country Of Origin* Terhadap *Brand Awareness* Dan *Brand Image* Kosmetik Korea (Survei Pada Mahasiswi S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Konsumen Produk Kosmetik Etude House). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 65(1), 36-45.
- Tjiptono, Fendy dkk. (2011). *Service, Quality and Satisfaction* Edisi 3. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Topbrand, A. 2020. *Top Brand Index Beserta Kategori Lengkap*. <https://www.topbrand-award.com/>. (2020, Mei 1).