

## DAFTAR PUSTAKA

- Aqmarina, Shabrina. Srikandi Kumadji., dan Andriani Kusumawati, 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 (JAB)*, Vol.39, No.2:1-10.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Augustinah, Fedianty., dan Kristyan Dwijosusilo, 2018. Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Wardah Beauty House Surabaya), *Jurnal Sketsa Bisnis*, Vol.5, No.1:49-59.
- Azuar, Juliandi., Irfan., dan Saprinan Manuring. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. UMSU Press, Medan.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Penerbit Qiara Media, Medan.
- \_\_\_\_\_. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Penerbit Qiara Media, Medan.
- Ghozali, Imam. 2017. *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24*. Badan penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Habibah, Ummu dan Sumiati, 2016. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol.1, No.1:31-48.
- Hafiz, Khalilah Abd., dan Khairul Anuar Mohd Ali, 2019. The Influence of Product Attributes on Young Consumers' Purchase Decision of Makeups among Malaysian: The Mediating Effects of Perceived *Brand Image*, CEO's Image, and Quality, *Malaysian Journal Of Consumer And Family Economics*:58-72.
- Hestyani, Andriana Dwi., dan Sri Rahayu Tri Astuti, 2017. Analisis Pengaruh *Celebrity endorser*, Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen yang Menggunakan Masker Wajah Mustika Ratu di Kota Semarang), *Diponegoro Journal Of Management*, Vol.6, No.2:1-11.
- Kaur, Kamaljeet. et al., 2018. Is Halal A Priority Purchasing Cosmetics In Malaysia Among Muslim Malaysian Women?, *International Journal of Business, Economics, and Law*, Vol.15, Issue 3:19-25.

- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Lutfie, Harie et. al., 2015. Which is More Important? Halal Label or Product Quality, *3rd International Seminar and Conference on Learning Organization (ISCLO)*:1-6.
- Manap, Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Morrisan. 2015. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Muzhar, Ahmad. Budi Santoso., dan Rusdan, 2018. Pengaruh Label Halal Terhadap Citra Merek Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, *The International Journal Of Business & Management*, Vol.6, Issue 2:171-180.
- N., Kodhai Nayaki., dan Jayachandran R., 2016. A Study on Impact of Endorsement of Celebrity on Purchase of Beauty Care Products, *International Journal Of Multidisciplinary Research and Development*, Vol.3, Issue 9:171-180.
- Nuraini, Alfiyah, 2015. Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk Terhadap Citra Merek Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Kota Semarang).
- Priansa, D.J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Rossanty, Yossie. Muhammad Dharma Tuah Putra Nasution., dan Firman Ario. 2018. *Consumer Behaviour in Era Millennial*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Sanjiwani, Ni Made Dwi., dan I Gst. A. Kt. Gd. Suasana, 2019. Peran *Brand Image* Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian, *E-Jurnal Manajemen*, Vol.8, No.11: 6721-6740.
- Sekaran, Uma. 2011. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Silalahi, Uber. 2010. *Metode Penelitian Sosial*, Bandung: Refika Aditama.
- Situmorang, Irwanty L, 2017. Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Citra Merek Dan Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Merek Pond's Pada Remaja Di Kota Pekanbaru, *JOM Fekon*, Vol.4, No. 1:72-86.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi, dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).

Syamsiah, Siti Nur. Fauzan Muttaqien., dan M. Ato'illah, 2018. Analisis Pengaruh *Brand Image*, *Brand Awareness* Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Toko SJ Tempeh Lumajang, *Jurnal Riset Manajemen*, Vol.1, No.1:73-81.

Tharakan, Philip Sam. et al., 2019. Impact Of Celebrity Endorsement On *Brand Image* A Study Cosmetic Industry, *International Research Journal of Commerce and Law*, Vol.6, Issue 11:30-38.

Utami, Indah Wahyu. 2017. *Perilaku Konsumen: Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. Surakarta: CV Pustaka Bengawan.

Widyaningrum, Premi Wahyu., 2016. Pengaruh Label Halal Dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Wardah Di Ponorogo), *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol.6, No.2:83-98.

[www.paragon-innovation.com](http://www.paragon-innovation.com) Diakses bulan Juni 2020.

[www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com) Diakses bulan September 2020.

[www.wardahbeauty.com](http://www.wardahbeauty.com) Diakses bulan Juni 2020.

Yohanes Lamanto (Penterjemah). 2005. *Prinsip Pemasaran, Edisi Ketujuh, Jilid 1*. Penerbit Erlangga.

. 2020. *Pedoman Penyusunan Skripsi*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muria Kudus, Kudus.

