

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiyah Nuraini dan Ida Maftukhah. (2017). Pengaruh *Celebrity endorser* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah di Kota Semarang. *Management Analysis Journal*, Vol. 4, hal 35-51
- Anandya, Dudi & Heru Suprihhadi. (2011). *Riset Pemasaran : Prospektif & Terapan. Edisi Pertama*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Angelina. (2019). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser dan Product Quality Terhadap Buying Decision Serta Dampaknya Pada Satisfaction (Survei Pada Konsumen Produk Kosmetik Rossa Beauty Di Kota Pontianak). In *Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME)*, Vol. 8 No, hal 12-25.
- Azwar, S. (2016). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dharmmesta, Basu Swastha dan Handoko, T. Hani. (2013). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Derang. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Pada Produk Kosmetik Wardah Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kota Batam. *Jurnal Syntax Admiration* Vol. 1 No. 4, hal 102-121
- Dika. (2020). Analisis Pengaruh *Celebrity endorser* Dan Product Quality Terhadap Buying Decision Serta Dampaknya Pada Satisfaction (Survei Pada Konsumen Produk Kosmetik Rossa Beauty Di Kota Pontianak). *Equator Journal of Management and entrepreneurship*. Vol 8 no 1, hal 89-102.
- F. Finna Anastasia Wijaya, Sugiono Sugiharto. (2017). Pengaruh *Celebrity endorser* Terhadap Purchase Intention dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening, *Jurnal Manajemen pemasaran*, Vol.9, No1, hal 71-95.
- Habibah, Sumiati. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. *JEB17*. Vol.1, No.1, hal 31-48
- Imania, Widayanto. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Larissa Aesthetic Center cabang

- Panjaitan, Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 7, no. 3, pp. 341-349
- Kotler, P. & Keller, K. L.(2017). *Marketing Management*, Edition 14, England: Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2013). *(Principles of Marketing) eleventh edition*. New Jersey: Pearson Education International
- Maharani dkk. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk pada Kepuasan Konsumen Dimoderasi Oleh Loyalitas (Study Kasus pada Lipstcik Wardah). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, Vol 4 No 1, hal 23-43
- Murawaty .(2020). The Effect Of Brand Image And Product Quality On Re-Purchase Intention With Customer Satisfaction As Intervening Variables In Consumers Of Skincare Oriflame Users – A Study On Students Of North Sumatra University, Faculty Of Economics And Business. *European Journal of Management and Marketing Studies*. Vol 5 No 1, hal 91-104.
- Noor, F., Utari, W., & Mardi W., N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Produk Pt. Salim Ivomas Pratama Kecamatan Bojonegoro Kabupaten Bojonegoro). *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(4), hal 581–594.
- Novianti. (2020). Pengaruh *Celebrity endorser* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pixy. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Volume 1, Nomor 1, Maret 2020. Hal. 43-50
- Nurchoidah. (2017). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Brand Image Dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Kawasaki. *Jurnal WIGA* Vol. 3 No. 1, halaman 58-75.
- Oentoro, Deliyanti. (2010). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laksbang Pressindo
- Pakpaha. (2017). Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorserterhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen You-C 1000 Vitamin Cdi Kota Pekanbaru. *JOMFekon* Vol. 4 No 1, halaman 36-56.
- Peter, J Paul dan Olson, Jerry C.,(2017). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Edisi keempat, Erlangga.

- Schiffman, Leon G., and Leslie Lazar Kanuk. (2013). *Consumen Behavior*. 10E Boston: Pearson
- Shimp, A Terence. (2013). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat
- Setiadi, J Nugroho. (2014). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran, edisi 1, Cetakan 1*. Bogor: Kencana Prenada Media Group
- Stanton, William J, (2012), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1 Edisi ke 3, Alih Bahasa oleh Yohanes Lamarto, Jakarta: Erlangga.
- Sumarwan, Ujang. (2013). *Perilaku Konsumen Teori Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi Kedua. Cetakan Ketiga*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Syarifah, Ali. (2020). Influence Analysis of Product Quality and Brand Trust against Customer Satisfaction and Impact on Customer Loyalty Wardah Brand Cosmetics in Jabotabek. *International Journal of Innovatice Science and Research Technology*, Vol 5 No 4, hal 123-157.
- Swastha, Basu Dharmmesta & Hani Handoko. 2012. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Edisi 1. Yogyakarta : BPFE.
- Tjahjono dkk. (2021). Product Quality And Brand Image Towards Customers' Satisfaction Through Purchase Decision Of Wardah Cosmetic Products In Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Journal of Entrepreneurship and Business*. Vol 2 No 1, hal 135-154.
- Tjiptono, Fandy. (2013), *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta