

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. (2015). *Pengantar Manajemen*. Mitra Wacana Media.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Briliani, R. A. (2016). Analisis Kecenderungan Pemilihan Kosmetik Wanita Di Kalangan Mahasiswa Jurusan Statistika Universitas Diponegoro Menggunakan Biplot Komponen Utama. *Skripsi Universitas Diponegoro Semarang*, 2.
- Citra, Salam, A., & Nuryani, H. S. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian di Instagram (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa Angkatan Tahun 2016 sampai dengan Tahun 2018). *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 1–9.
- Detanatasya, K. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Skripsi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategi)* (Issue August). Cv. Penerbit Qiara Media.
- Ghazali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghazali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harapan, I. A. B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah Mustika Ratu (Studi Kasus pada Konsumen Kec. Tembalang Kota Semarang). *Skripsi Universita Diponegoro Semarang*.
- Heryubani, N. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Merek Wardah Di Kota Yogyakarta. *Unpublished Undergraduate Thesis*, 1–94.
- Hidayat, Y. R. (2018). Pengaruh Kompensasi, Komunikasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Keputusan Kerja Karyawan Pada Natasha Skin Clinic Center Di Ponorogo. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 4, 763–773.
- Imansari, D. I. O. (2018). Pengaruh Kualitas Produk , Celebrity Endorser Dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Shampo Pantene. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, Volume 7*, 1–19.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekabaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Valuta*, 4(1), 71–85.
- Katrin, I. L., Setyorini, H. . D., & Masharyono. (2016). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Di Restoran Javana Bistro Bandung. *Universitas Pendidikan Indonesia*, 4(3), 57–71.

- Kholil, M. (2015). Tinjauan Empiris Pasal 480 KUHP Tentang Penadahan Menyangkut Hak-Hak Konsumen Dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*, 8.
- Muham, S. N. (2019). Penggunaan Celebgram (Celebrity Endorser Instagram) dalam Promosi Produk MD Clinic by MD Glowing Skin. *Jurnal Desain*, 6(03), 207.
- Munandar, C. (2016). Pengaruh Harga, Celebrity Endorser, Kepercayaan, dan Psikologi terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Di Media Sosial Instagram. *Visioner & Strategis ISSN : 2338-2864*, 5(2), 1–8.
- Nuraini, A. (2015). pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah Di Kota Semarang. *Skripsi Universitas Negeri Semarang*.
- Nurhasari, W. (2013). Pengelolaan Pembelajaran Tari Di Sanggar Family Sukajadi Bandung. *Skripsi Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Pangastuti, J., & Prastiti, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Counter Wardah Di Borobudur Kediri. 2, 69–84.
- Rahayu, N. T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Online Pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Febi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Ramadhani, F. (2019). Pengaruh Labelisasi Halal, Harga Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar). *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 2(1), 1–106.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. ANDI.
- Santoso, S. (2011). *Statistika*. Umpo Press.
- Sari, D. M. F. P., & Safitri, H. (2020). Celebrity Endorsement, Price dan Customer Behavior terhadap Social Climber pada Generasi Melenial di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 9(2), 265–275.
- Setyaningrum, A. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. ANDI.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen pemasaran*. UB Press.
- Stefani, S. (2013). Analisis Pengaruh Iklan Televisi, Celebrity Endorser, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Berlabel Halal “Wardah.” *Skripsi Universitas Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta, cv.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta cv.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen (Edisi Kedu)*. Ghalia Indonesia.
- Taan, H. (2017). *PERILAKU KONSUMEN DALAM BERBELANJA*. Zahr Publishing.
- Weenas, J. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan

Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 607–618.

Zulham. (2013). *Hukum Perlindungan Konsumen.pdf* (p. 352). Kencana Prenada Media Group.

<https://skinsolution.co.id/blog/topic/267> diakses pada tanggal 20 Februari 2021

