

Daftar Pustaka

- Bahri, S., (2018), *Metode Penelitian Bisnis (Edisi ke-1)*, Yogyakarta, AND.
- Dewi, Tiara N R., (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo*. Skripsi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Ghozali, Imam. (2013), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 (Edisi 8)*, Semarang, Universitas Diponegoro.
- Gumelar, Brian. (2017). *Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi pada Mahasiswi S1 Universitas Negeri Yogyakarta)*. Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Habibah, I. Hamdani dan S. Lisnawati. (2018). *Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi pada Perempuan Muslim di Kota Bogor)*. Iqtishoduna p-ISSN: 2252-5661, e-ISSN: 2443-0056, vol.7, no. 2, pp 233-261.
- Heda, Rakha S N., (2017). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sampo (Studi Kasus Pada Merek Clear)*. Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta.
- K. Ayu Dwi Sudias Kumala Sukma, K. Nurcahya, dan A. Suryani. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah Men's Biore*. Skripsi Universitas Udayana Bali.
- Kotler, P., dan Keller, K., (2009). *Manajemen Pemasaran (Edisi ke-13)*, Jakarta Timur, Erlangga.
- Makrufah, Aziz. (2017). *Pengaruh Citra Merek dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi pada Konsumen di Outlet Toserba Laris Kartasura)*. Skripsi IAIN Surakarta.

- M. ‘Ayni, A. Triharyono, dan M. M Minarsih. (2016). *Pengaruh Intensitas Penayangan Iklan, Harga Dan Credibility Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Kosmetik Wardah (Studi Empiris Pada Pengguna Kosmetik Wardah Di Kecamatan Tembalang)*. Skripsi Universitas Pandanaran Semarang.
- Priyono, Agus. (2015). *Analisis Data dengan SPSS*, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Malang.
- Purnamasari, Yenni. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Survei pada Pengunjung Angkringan Gayeng yang Pernah Melihat Iklan dan Membeli Sprite)*. Skripsi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Qonita, Arifa. (2018). *Analisis Pengaruh Iklan, Celebrity Endorser, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Wardah Kosmetik (Survey Pada Calon Konsumen Wardah Kosmetik Komplek Pondok Pesantren Mulungan Wetan, Mlati, Sleman, DIY)*. Jurnal Ekobis Dewantara, vol. 1, no. 8, pp 121-131.
- Roza`in, Ahmad. (2017). *Pengaruh Celebrity Endorser, Gaya Hidup, dan Media Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Smartfren Andromax di Kota Kediri*. Simki-Economic ISSN : BBBB-BBBB, vol. 01, no. 05, pp 1-18.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi ke-22)*, Bandung, Alfabeta CV.
- Sumarwan, Ujang. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran (Edisi ke-2)*, Bogor, Ghalia Indonesia.
- Taskiyatunnisa, M. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline*. Skripsi Universitas Magelang.

Stefani, S. (2013). *Analisis Pengaruh Iklan Televisi, Celebrity Endorser, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Berlabel Halal “Wardah” (Studi Kasus Pada Mahasiswi Uin Syarif Hidayatullah Jakarta)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Website

<https://republika.co.id/berita/ot4qgj/ini-ternyata-asal-mula-nama-wardah> (Diakses tanggal 5 November 2020)

<https://www.cekaja.com/info/brand-makeup-lokal-terbaik-2020-sudah-coba-yang-mana> (Diakses tanggal 5 November 2020)

<https://www.kajianpustaka.com/2018/12/pengertian-aspek-bentuk-dan-peran-endorser.html> (Diakses tanggal 2 Desember 2019)

<https://www.suara.com/lifestyle/2019/04/16/103211/sejarah-panjang-kosmetik-halal-indonesia-bersama-wardah> (Diakses 5 Desember 2019)

www.topbrand-award.com (Diakses tanggal 5 November 2020)