

DAFTAR REFERENSI

- Aaker, David A 1997. dalam Aris Ananda 2011. Manajemen Ekuitas Merek : Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek. Spektrum Mitra Utama. Jakarta.
- Cholifah, et al. 2012. Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Brand Image. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Volume 36 Nomor 1.
- Dinny Puspita Sari dan Edin S. Djatikusuma. 2013. Pengaruh Celebrity Endorser Ayu Ting-ting dalam Iklan Televisi terhadap Brand Image Produk Sarimi. *Jurnal STIE MDP*. Volume 1 Nomor 17.
- Djatnika, Tjetjep. 2007. Komunikasi Pemasaran. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Evelina,dkk. 2012. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkom Flexi. Diponegoro *Journal of Social and Politic*. Volume 17 Nomor 2.
- Finna dan Sugiono. 2015. Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Purchase Intention dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. ISSN: 1907-235X. Volume 9 Nomor 1.
- Hair et al. (2010). *Multivariate Data Analysis, Seventh Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Hartarto. 2018. *Top Brand Makeup Favorit*. <http://www.kemenprin.go.id/>. (Diakses pada tanggal 29 Oktober 2018 pukul 00.17)
- Irwanty L. Situmorang. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Merek Pond's. *Jurnal JOM Fekom*. Volume 4 Nomor 1.
- Kountur, R. 2008. Manajemen Risiko Operasional Perusahaan. Pendidikan Pembinaan Manajemen. Jakarta. . Analisis Risiko Operasional pada PT KARISMA TEKNIKA CITEUREP (Skripsi) oleh: Adhelia Okt
- Kotler, Philip and Keller, K. L. 2012. *Marketing Management*. 14th Edition. New Jersey. Published by Prentice Hall.

- Kotler, Philip dan Keller, K, L. 2013. Manajemen pemasaran. Edisi Tiga Belas Jilid Dua. Jakarta: Erlangga
- Kusuma. 2017. *Kosmetik Halal*. <http://www.swa.co.id/>. (Diakses pada tanggal 07 November 2018 puku 22.45)
- Nuraini dan Maftukhah. 2015. Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek pada Kosmetik Wardah di Kota Semarang. *Management Analysis Journal*. ISSN 2252-6552. Volume 7 Nomor 1.
- Rizky Suci Febriyanti. 2016. Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. ISSN: 2461-0593 Volume 5 Nomor 5.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Setyo Ferry Wibowo. 2012. Pengaruh Iklan Televisi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sabun LUX. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Volume 3 Nomor 1.
- Sheila. 2017. *Informasi Bahan-bahan kosmetik*. <http://www.kecantikan.web.id/>. (Diakses pada tanggal 29 Oktober 2018 pukul 23.05)
- Shimp, Terence. 2003. *Periklanan Aspek-aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, Terence. 2007. *Periklanan Aspek-aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*. Diterjemahkan oleh: Revyani Sahrial. Jakarta: Erlangga.
- Sivansean. 2014. *Impact of Brand Image and Advertisement on Consumer Buying Behavior – Comparative Study on Rural and Urban Consumers*. ISSN: 2348-893x Volume 1 Nomor 1.
- Sopiah, Etra M Sangadji. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Bandung* : Alfabeta.

Sunyoto, Danang. 2014. Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen. Yogyakarta : CAPS

Umar, Husein. Riset pemasaran dan perilaku Konsumen. Jakarat : Gramedia Pustaka Utama; 2007.

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul