

## DAFTAR PUSTAKA

- Cholifah, Suharyono dan Hidayat. 2016. "Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap *Brand Image* (Survei Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Counter Wardah Kota Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 36(1): 170–177.
- CNN Indonesia. 2018. Masyarakat Sadar Bersolek, Industri Kosmetik Naik 20 Persen. Diambil dari <https://www.cnnindonesia.com>.
- Dei dan Sukaatmadja. 2015. "*Celebrity Endorser* Terhadap *Purchase Intention* (Studi Pada Produk Kosmetik Etude House Di Kota Denpasar)." *E-Jurnal Manajemen Unud* 4(5): 1206–1228.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariant Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair et al. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. *Pearson Prentice Hall*.
- Hansudoh. 2012. "Pengaruh *Celebrity Endorsement* Terhadap *Purchase Intention* Melalui *Perceived Value* Pada Produk Top Coffee di Surabaya." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*.
- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. 2018. Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%. Diambil dari <http://www.kemenperin.go.id>.
- Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi Dalam Periklanan Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I, Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Luh, N., Wahyuni, G., & Suparna, G. (2014). PENGARUH BRAND IMAGE DAN PRODUCT KNOWLEDGE TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK TAS TIRUAN DI KOTA DENPASAR. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(4), 1022–1034.
- Mendrofa, Y. B. (2012). EFFECT OF PRODUCT KNOWLEDGE AND BRAND IMAGE TO PURCHASE INTENTION WITH HP LAPTOP BRAND PRICE DISCOUNTS AS VARIABLES. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1(4), 1–6.
- Nuraini, Alfiyah dan Ida Maftukhah. 2015. "Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah Di Kota Semarang." *Manajemen Analysis Journal* 4(2): 2-5.

- Oh, K. (2014). 'The Effects of Brand, Design, and Price on Intent to Purchase an Activity Tracker'. Electronic Theses, Treatises and Dissertations – Florida State University.
- Prayuana dan Andjarwati. 2013. "Pengaruh Penggunaan *Celebrity Endorser* Irfan Bachdim dan *Event Sponsorship* Terhadap Citra Merek Minuman Isotonik Pocari Sweat." *Jurnal Ilmu Manajemen* 1(1): 307-317.
- Priyanto, Duwi. 2013. *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Putra, I. M. S dan Giantari, I. G. A. K. 2014. "Pengaruh *Brand Image* , *Celebrity Endorser* , Kualitas Produk , dan Kewajaran Harga Terhadap Niat Membeli Sepeda Motor Matic Merek Honda di Kota Denpasar." *E-Journal Manajemen Universitas Udayana (Unud)*. 2869–2886.
- Rangkuti, Freddy. 2005. *Marketing Analysis Made Easy*. Jakarta: PT Gramedia.
- Rangkuti, Freddy. 2008. *The Power of Brands*. Jakarta: PT Gramedia.
- Royan, F. M. 2004. *Selebriti Dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Schiffman, L. & Kanuk, L. (2009). *Consumer Behaviour*. (10th ed). Prentice Hall Publication.
- Shimp, A. Terence. 2003. *Periklanan Promosi*. Jakarta : Erlangga.
- Shimp, A. Terence. 2010. *Advertising, Promotion & Other Aspects Of Integrated Marketing Communications*. Jakarta : Erlangga.
- Stephanie, Rumambi dan Kunto. 2013. "Analisa Pengaruh Rio Dewanto dan Donita Sebagai *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Beli Produk Axe Anarchy Dengan Daya Tarik Iklan Dan Efek Iklan Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 1(2): 1–9.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2009. *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Triya dan Sulistyawati. 2015. "Peran *Brand Image* Dalam Memediasi Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Niat Beli sebuah produk maupun jasa ( Halonen-Knight and Hurmerinta , 2010 )." *E-Jurnal Manajemen Unud* 4(6): 1722–1734.
- Umar, Husein. (2003). *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, Cetakan Ketiga. Jakarta: Gramedia Pusaka.
- Wijaya, F. A., & Sugiharto, S. 2015. "Pengaruh *Celebrity Endorsement* Terhadap *Purchase Intention* Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Intervening ( Studi Kasus Iklan Produk Perawatan Kecantikan Pond's)." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 9(1): 16–22.