

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A Shimp, T. (2010). *Advertising, Promotion, & Other Aspects of Integrated Marketing Communication*. United States: Cengage Learning.
- Fandy, T. (2014). *Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta.
- Kanuk, S. d. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT.Indeks Gramedia.
- Kevin Lance Keller, P. K. (2012). *Marketing Management 14th Edition*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, K. d. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Prisgunanto, I. (2016). *Komunikasi Pemasaran Strategi, dan Taktik*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- R, Kertamukti. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- William, N. G. (2000). *Marketing Priciples, Second Edition*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Silalahi, Ulber. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT.Refika Aditama.

Jurnal

- Aprilia, M. (2017). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 7 No. 6*, 1-22.
- Nofha, R. Z. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoufit Di Kota Bandung. *Jurnal Lontar Vol.6 No.1*, 43-57.
- Pathak A, M. K. (2011). Celebrity Impact-A Model of Celebrity Endorsement. *Journal of Marketing and Communication*.

- Sari, N. A. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sweater Online Shop Alco di Media Sosial Instagram . *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship Vol, 11 No 2,*, 99-112.
- Silaningsih, R. O. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana XL Di Kota Bogor. *Jurnal Visionida*, 45-58.
- Aprilya, Trias. 2017. Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*. Vol 5 (1).
- Dian Marselina, E. H. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Image Pada Kosmetik Wardah Di Bogor. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 15.
- Setiawan, L. (2018). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Green Tea Esprecielo Allure. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol.12 No.1*, 53-60.
- Superwiratni. (2018). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Menginap Di Cottage Daarul Jannah. *Tourism And Hospitality Essentials Journal, Vol. 8, No. 2*, 99.
- Yan Bayu Bramantya, M. J. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap. *Manajemen Unud*, 1745-1771.

Website

<https://waspada.co.id/2018/02/indonesia-menduduki-pasar-skin-care-terbesar-di-dunia/>

[https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/08/berapa-pengguna-media-sosial-indonesia#:~:text=Data%20Pengguna%20Telepon%2C%20Internet%2C%20Media,Sosial%20Indonesia%20Menurut%20Wearesosial%20\(2019\)&text=Berdasarka](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/08/berapa-pengguna-media-sosial-indonesia#:~:text=Data%20Pengguna%20Telepon%2C%20Internet%2C%20Media,Sosial%20Indonesia%20Menurut%20Wearesosial%20(2019)&text=Berdasarka)

n%20hasil%20riset%20Wearesosial%20Hootsuite,naik%2020%25%20dari%20su
rvei%20sebelumnya.

[https://mediaindonesia.com/read/detail/263774-indonesia-pasar-potensial-untuk-
produk-perawatan-kulit](https://mediaindonesia.com/read/detail/263774-indonesia-pasar-potensial-untuk-produk-perawatan-kulit)