

## DAFTAR PUSTAKA

- Anam, M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136.
- Andini Oktri dan Rama Chanda. SE, M. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skin Care Pada Klinik Kecantikan Ertos Buaran. *Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*.
- Annisa SIswandi, R. (2019). Pengaruh Celebrity Endorse, Korean Wave, Brand Image, Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian.
- Compas. (2022, Januari). *Penjualan Serum Wajah Bulan Juni 2022 di Shopee Tembus Rp 148 Miliar! Serum Lokal Menjuarai*. Dipetik April 2022, dari Telunjuk.com: <https://compas.co.id/article/penjualan-serum/>
- Dara, A. L. (2019). Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi Pada Konsumen Wardah Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro*.
- Dwi Riyanto, A. (2022, April 9). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022*. Diambil kembali dari Andi.Link: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Herlina, B. S. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Selular Merek Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh. *Jurnal Visioner dan Strategis. Aceh: Universitas Malikussaleh*.
- Koran Tempo. (2020, Januari). *Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik*. Dipetik April 2022, dari Kementerian Perindustrian Republik Indonesia: <https://www.kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik>

- Laksmi Dara, A. (2019). Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Studi pada Konsumen Wardah Kota Semarang.
- Lin, L. F. (2015). A social endorsing mechanism for target advertisement diffusion. *Information and Management*. 52(8), 982–997.
- Lin, N. H. (2007). The effect of Brand image and product knowledge on purchase intentions. *Moderated by party discount Journal of intenational management studies*.
- Mediatama,G. (2021, Desember). *Cantiknya Bisnis Kosmetik, Pemain Makin Banyak*. Dipetik April 2022, dari Berita Bisnis:  
<https://insight.kontan.co.id/news/cantiknya-bisnis-kosmetik-pemain-makin-banyak>
- Meilana, S. (2021). Pengaruh Celebrity Endorse,Beauty Volgger,Word of Mouth and Brand Image terhadap minat beli produk Emina.
- Puji Lestari, A. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Geprek Benu Kawi Malang.
- Rostanti, Q. (2022, February). *Scarlett Gandeng Rossa Hingga Ria Ricis , Kenalkan Skincare Indonesia di Paris*. Dipetik Mei 2022, dari Republika.id: <https://www.republika.co.id/berita/r7ri4b425/scarlett-gandeng-rossa-hingga-ria-ricis-kenalkan-skincare-indonesia-di-paris>
- Sukiarti, S. H. (2016). Pengaruh Citra Merek, Sikap Merek, Kesadaran Merek dan Kualitas Merek terhadap Ekuitas Merek, Hand & Body Lotion Vaseline (Studi Kasus di Kecamatan Pringapus, Kabupaten Semarang). . *Journal of Management*, 2(2).
- Suyono, A. (2020). Pengaruh Celebrity,Endorser,Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Asus pada Mahasiswa Pelita Indonesia.