

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Tedy. (2020, December 22). *Perawatan Wajah Bikin Ms Glow Raih Indonesia Best Brand Award 2020*.
- Ali, Hasan. (2010). *Word Of Mouth Marketing*. medpress.
- Alma, Buchari. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (edisi 9). Alfabeth.
- Ambadar, J. (2007). *Mengelola Merek*. Yayasan Bina Karsa Mandiri.
- Amron, Amron. (2018). The Influence of *Brand image*, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal*, vol.14(No. 13).
- Anastasia, U., & Nurendah Yulia. (2014). Pengaruh *Quality product* dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, Vol 2.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran* (edisi 11). PT Rajagrafindo Persada.
- Augusty, F. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- Azwar. (1997). *Metode Penelitian : Vol. jilid 1*. pustaka pelajar.
- Crhristopher, L. (2001). *Service Marketing, People, Technology, Strategy* (edisi 4). prentice hall upper saddle river.
- Durianto, D., sugiaro, & Sitinjak, T. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fandi, Tjiptono. (2014). *Service, Quality & Satisfaction* (edisi 3). Penerbit Andi.
- Geraldine, G., & Candraningrum, D. A. (2020). Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador NonCelebrity Analisa Widyaningrum terhadap Keputusan Pembelian Hijabenka. *Prologia*, 4, no 1, 25–33.
- Hesket, J. L. , et al. (1997). *The Service Profit Chain: How Leading Companies Link Profit to Loyalty, Satisfaction, and Value*. free press.
- Hidayat, R., & Djawoto. (2018). Pengaruh *Quality product*, Harga Dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol 7.
- Husein, U. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (11th ed.). PT Raja Grafindo Persada.
- Imam, G. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Kotler, philip. (2010). *Manajemen Pemasaran* (Kotler Kotler, Ed.; jilid 1 dan 2). Erlangga .
- Kotler, philip, & Armstrong, gary. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran: Vol. jilid 1*. Erlangga.
- Kotler, philip, & Armstrong, gary. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran: Vol. jilid 1* (A. Sindoro & Molan Benyamin, Eds.). Prenhalindo.
- Kotler, philip, & Armstrong, Gery. (2014). *Principle Of Marketing*(edisi 15). Pearson Pretice Hall.
- Kotler, philip, & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran: Vol. jilid 1* (edisi ketiga belas). erlangga.
- Kotler, philip, & Keller, kevin lane. (2007). *Manajemen Pemasaran : Vol. jilid 1* (edisi kedua belas). PT. Indeks.
- Kotler, & Armstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran : Vol. jilid 1* (edisi keduabelas). Erlangga.
- Kotler, P. (1998). *Manajemen Pemasaran*. PT Glora Aksara Prata.
- Kotler, P., & Keller, K. K. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). pearson prentice hall.
- Lemon.cm. (2020, November 17). *Perbedaan Celebrity Endorsements vs. Influencer Marketing*. Lemon.Cm.
- Lestari, A. I., & Ruswanti, En. (2015). Pengaruh *Celebrity Endorser, Quality product* Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Bedak Pixy. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia, Vol 2*.
- Lupiyoadi, & Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. salemba empat.
- Malhota, N. K. (2004). *Riset Pemasaran, Pendekatan Terapan. Edisi Bahasa Indonesia*. PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Natalia, S. (2013). Analisa Prediksi/Penilai Efektivitas Penggunaan Selebritis Sebagai Brand Endorser Untuk Membangun *Brand Image* (Studi Kasus Iklan The Face Shop). *Jurnal Strategi Pemasaran, 1, no. 2*, 1–8.
- Noerchoidah. (2013). Analisis Pengaruh Harga, *Quality product*, dan Iklan Terhadap *Brand image* dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Kawasaki. *Jurnal WIGA, vol.3 NO.1*.
- Noya, S. B., Mananeke, L., & Raintung, M. (2020). Pengaruh Komunikasi Mulut Ke Mulut, *Quality product*, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Baru Minuman Tea Break Manado. *Jurnal EMBA, Vol 8*.
- Kotler, Kotler, & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran* (13th ed., Vol. 1). erlangga.

- Prayitno, B. B., & Widyawati, N. (2019). Pengaruh *Quality product*, Harga, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha R15. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol 8.
- Prayitno, D. (2010). *Paham Analisa Data Statistik Dengan SPSS*. MediaKom.
- Putriani, A. (2018). Pengaruh Atribut Produk, *Celebrity Endorser* Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ekobis Dewantara*, Vol 1.
- Rayendra, Panditio. (2019, May 31). Ms Glow, *Produk Kecantikan Lokal yang Berkualitas Bagi Kulit dan Menjanjikan Keuntungan Materi*. Infomercial.
- Rinawati, G. A., Agung, A. A. P., & Anggraini, N. P. N. (2021). Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Freshcare Di Kota Denpasar. *Jurnal EMAS*, Vol 2.
- Rohimah, & Apriliani, R. A. E. P. (2019). Pengaruh Citra Merk, *Quality product*, Promosi, Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada Qween Cosmetics Wonosobo. *Journal of Economic, Business and Engineering*, Vol 1.
- Rosen, M. J. (2004). *Surfactants and Interfacial Phenomena* (edisi III). J.Willey.
- S, Assauri. (2017). *manajemen pemasaran*. PT RajaGrafindo Persada.
- Sanjaya, I. P. A. A., & Ardani, I. Gst. A. K. S. (2020). Product Quality influence, *Word of mouth* and Internet *Marketing*toward Purchasing Decisions. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, volume 4(Issue-3-pp-159-163).
- Schiffman, Leon g, & Leslie L kanuk. (1997). *Consumer Behavior*. Prentice Hall.
- Schiffman, & Kanuk. (2008). *perilaku konsumen* (edisi 7). indeks.
- Schifman, Leon, & Kanuk, Leslie lazar. (2004). *perilaku konsumen* (edisi 7). Prentice hall.
- Shandy, B. (2018). Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan Wom Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha. *Jurnal Digest Marketing*, Vol 3.
- Shimp, Terence. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. salemba empat.
- Shimp, T. A. (2007). *Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu)* (terjemahan, Vol. 1). erlangga .
- Shimp, T. A. (2010). *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion*. Cengage Learning.
- Stanton, W. J. (2012). *Prinsip Pemasaran* (Iamarto yohanes, Ed.). erlangga.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. PT Alfabet.
- Sulistyo, Dina. (2012). Pengaruh Agnes Monica Sebagai *Celebrity Endorser* Terhadap Pembentukan *Brand Image* Honda Vario. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, Vol. 6, No. 1.
- Sumardy, Malone, Melina, & Silviana marlin. (2011). *The Power of Word of mouth Marketing*. Gramedia Pustaka Utama.
- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta.
- sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Terence, A. S. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu: Vol. jilid 1* (edisi 5). Erlangga .
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (edisi III). Cv. andi Offset.
- Wachyuni, S. S., & Priyambodo, T. K. (2020). The Influence Of *Celebrity Endorsement* In Restaurant Product Purchase Decisions Making. *Nternational Journal of Management, Innovation & Entrepreneurial Research*, 6(No 2, 2020).
- WOMMA. (2007). An introduction to WOM Marketing. *WOM 101*, 1, 1–6.
- Yunita, M., & Elwisam. (2017). Pengaruh *Quality product*, Citra Merek Dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Sunsilk Pada Indomaret Wilayah Pasar Minggu Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol 13.
- Zeithaml, VA. B. M. (1996). *Delivering and Performing Service: Vol. jilid 5*. Service Marketing International Ed.,