

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Alma, Buchari. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari. 2008. *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*. Bandung : Alfabeta.
- Boyd, Walker, Larreche. 1998. *Marketing management: A strategic approach with a global orientation*. Jakarta: Erlangga.
- Chan, Syarifudin. 2003. *Relationship Marketing*. Edisi 1. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Chandra, Handi. 2008. *Marketing Untuk Orang Awam*. Palembang: Maxilon
- Frans M Royan. 2005. *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Ghozali, H. I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi ketiga. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2009. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketigabelas. Alih bahasa Bob Sanran. Jakarta: Erlangga.
- Sangadji, E.M., dan Sopiha. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Schiffman dan Kanuk. 2010. *Consumer Behaviour*, 10th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Shimp, Terence. 2001. *Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu)*. Jilid 1. Edisi Terjemahan. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Swasta Basu dan T Hani Handoko. 2008. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama Cetakan Keempat. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi
- Wibowo, Arief. 2006. *Manajemen Perubahan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Zainal, Veithzal, Rivai. 2017. *Islamic Marketing Manajemen*. Jakarta : Bumi Aksara.

Jurnal :

- Galih Prasetya, H., Yulianto, E., & Sunarti, S. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis angkatan 2014 konsumen Air Mninerall Aqua). *J. Adm. Bisnis*, 62(2), 214-221.
- Jatmiko, M. R. (2021). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Dove Di Semarang. *Anindyaguna Ekonobisnis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis STIE Anindyaguna*, 3(1), 159-173.
- Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. F. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS (JAB)*, 8(1), 44-54.
- Kurniawan, Zulfi. 2018. Keputusan Pembelian Motor Honda Beat 110 Series: Implikasi Pertimbangan Brand Image Dan Harga Serta Word Of Mouth Di Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember. *Skripsi*. Jember: Universitas Jember
- Manik, D. E. M. (2018). Pengaruh Citra Perusahaan Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pt. Astra Internasional-Medan. *JRMB (Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis)*, 3(2).

- Ningsih, T. S., & Putri, S. L. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Erigo Melalui Instagram). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 22(2), 348-357.
- Pramesti, T. F. D. (2021). PENGARUH BRAND IMAGE, PERSEPSI HARGA, DAN CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK PURBASARI (Studi pada Konsumen Kosmetik Purbasari di Kota Surabaya) (Doctoral dissertation, STIE MAHARDHIKA SURABAYA).
- Saputro, A. A., Hidayati, N., & Rizal, M. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement, Testimoni, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Blibli. Com (Studi Pada Mahasiswa Feb Unisma Angkatan Tahun 2016). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(16).
- Setiawan, O., Simorangkir, E. S., & Purwati, A. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Relationship Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk di PT Asaba Pekanbaru. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 1(1), 64-77.
- Simamora, S., Silalahi, M., Nainggolan, N. T., & Candra, V. (2019). Pengaruh Harga dan Customer Relationship Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UD Sentral Jaya Pematangsiantar. *SULTANIST: Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 7(2), 62-72.
- Yuliana Sari, E., Dja'far, H., & Habibah, G. W. I. (2019). *Pengaruh Brand Image Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Survei Pada Pengguna Kosmetik Dikota Jambi)* (Doctoral Dissertation, Uin Sulthan Thaha Saifuddin).

Web :

<https://kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik>

<https://www.google.com/amp/s/m.kumparan.com/amp/kumparanwoman/15-brand-kosmetik-dengan-produk-bersertifikasi-halal-apa-saja-1xq1CjnB3ez>

<https://kumparan.com/kumparanstyle/8-hal-tentang-tren-kosmetik-halal-yang-semakin-populer-1551432497566926572/full>

<https://kumparan.com/kumparanstyle/daftar-kosmetik-halal-di-indonesia-yang-telah-disertifikasi-mui-1548333618812262658/full>

<https://www.popmama.com/life/fashion-and-beauty/sarah-ulfah/daftar-kosmetik-dan-skin-care-halal-yang-telah-disertifikasi-mui?page=all>

<https://www.timesindonesia.co.id/read/news/321561/jember-beauty-fest-2021-kenalkan-cantik-bukan-hanya-soal-fisik>

<https://www.kompasiana.com/syahansyah8187/5ed91b2d097f3670976c7173/kecantikan-menjadi-gaya-hidup-sehingga-mendorong-industri-kosmetik-di-indonesia>