

## DAFTAR PUSTAKA

- Amilia. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- AMILIA, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis* (E. Risanto (ed.)). ANDI.
- Baum, F. (2012). *No Title*. 28.
- Desty Wulandari, R., & Alananto Iskandar, D. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11–18.
- Fitri, R. rahmatul. (2020). *PENGARUH SIVIA AZIZAH SEBAGAI BRAND AMBASSADOR CLEAR HIJAB SHAMPO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Bakrie 2016) TUGAS AKHIR*.
- Geraldine, G., & Candraningrum, D. A. (2020). Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador Non-Celebrity Analisa Widyaningrum terhadap Keputusan Pembelian Hijabenka. *Prologia*, 4(1), 25.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jhon W Mullins, & Walker, J. O. (2012). *Marketing Management: A Strategic Decision Making Approach*. Mc Graw-hill.
- Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 44.
- Kotler, P. (2016). *Manajemen Pemasaran*. erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12th ed.). penerbit erlangga.
- Lesmana, R., & Ayu, S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pt Paragon Tehnology and Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 59.
- Marselina, D., & Siregar, E. H. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Brand Image pada Kosmetik Wardah di Bogor produk dengan endorser .

- Brand image adalah persepsi terhadap merek yang direfleksikan. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, VIII(1), 15–27.
- Maslakhah, I. (2017). Pengaruh Kemasan dan Daya Tarik Iklan Terhadap Citra Merek Serta Preferensi Merek di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa/i Undip Konsumen AQUA). *Diponegoro Journal of Management*, 6, 1–15.
- Oliver, J. (2013). Perilaku Konsumen dan Etika dalam memilih produk. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi pada Pengguna JNE Express di Surabaya Selatan ) ( The Effect of Brand Awareness and Brand Image on Purchasing Decisions ( Study of JNE Express Users in South Surabaya )). *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, VII(1), 25–29.
- Rembon, A., Mananeke, L., & Gunawan, E. (2018). Pengaruh Word of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt.Kangzen Kenko Indonesia Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(3).
- Reven, D., Ferdinand, T., & Manajemen, J. (2017). ANALISIS PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK, HARGA KOMPETITIF, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta). *Diponegoro Journal of Management*, 6(3), 1–13.
- Ridwan. (2015). *Skala Pengukuran Variabel - Variabel Penelitian* (ALFABETA).
- Riyan, A. (2019). Fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah sumatera utara medan 2019. *Jurnal Ilmiah Universitas Sumatera Utara*, 1–66.
- Samosir. (2016). Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra Terhadap Putusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Bandung. *Jurnal Sosioteknologi*, 15(2), 233–240.
- Satalof. (2012). *pengaruh kualitas produk, brand ambassador, kreativitas iklan, dan word of mouth terhadap keputusan pembelian studi kasus pada kalangan mahasiswa atau mahasiswi di Surabaya*.
- Setiadi. (2013). *Setiadi*. BPFE.
- Setiawan, A., & Wiwaha, A. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tabungan Pada Pt. Bank Tabungan Negara(Persero),Tbk. Kantor Cabang Kelapa Gading Square*. 2(November).
- Silaen, S. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi Dan*

*Tesis. IN MEDIA.*

- Siregar. (2014). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Biore Men. *Universitas Islam Bandung*.
- Soepono, D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Somantri, B., Afrianka, R., & Fahrurrazi. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek terhadap Pembelian Produk Iphone ( Studi Kasus pada Siswa dan Siswi SMAN 3 Kota Sukabumi ). *Cakrawala*, 3(1), 1–10.
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli dan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.
- Stefani, S. (2013). *Analisis Pengaruh Iklan Televisi, Celebrity Endorser, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Berlabel Halal "Wardah."* 1–179.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methode)*. Cv.Alfabeta.
- Sugiyono. (2015b). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Suharsaputra, U. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori, Kuesioner dan Analisis Data*. Graha Ilmu.
- Sussanto, H., & Handayani, W. (2013). Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Galaxy Series. In *Jurnal Elektronik* (Vol. 07, Issue 05, pp. 17–20).
- Swastha, Basu, I. (2014). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.
- Widarjono, A. (2015). *Statistika Terapan (dengan Excel dan SPSS)*. UPP STIM YKPN.
- Yolanda, R. (2017). *KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI ( Studi Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa FEB Universitas SKRIPSI*.
- Yusiana, R., & Maulida, R. (2015). Pengaruh Gita Gutawa sebagai brand ambassador pond's dalam mempengaruhi keputusan pembelian (studi kasus pada mahasiswa Universitas Telkom jurusan D3 manajemen pemasaran). *Ecodemica*, III(1), 311–316.

Zeizi, U. (2019). *PEMBELIAN PADA KOSMETIK MAYBELLINE NEW YORK.*

