

DAFTAR PUSTAKA

- Anjana, & Vidyapeetham, V. (2018). A Study on Factors Influencing Cosmetics Buying Behavior of Consumers. *International Journal of Pure and Applied Mathematics*, 118(9), 453–459.
- Ardiansyah, Widiana, M. E., & Pudjowati, J. (2014). Pengaruh Testimoni Selebgram Dan Gambar Produk Fashion Terhadap Impulse Buying Konsumen Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Branchmark*, 4(1).
- Assauri. (2013). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Jakarta: Satu Nusa.
- Deighton, J., M.Henderson, C., & Neslin, S. A. (2016). The Effects of Advertising on Brand Switching and Repeat Purchasing. *Journal of Marketing Research*, 31(1).
- Durianto. (2004). *Strategi Menaklukan asar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Gariffith, A. (2014). *Strategi Pemasaran* (Edisi Empa). Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Heryanto, I. (2015). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Bisnis & Enterpreneurship*, 9(2), 80–101.
- Hussin, Hashim, Yusof, & Alias. (2013). Relationship between Product Factors, Advertising and Purchase Intention of Halal Cosmetics. *Journal Pertanika Soc. Sci. & Hum*, 21(S).
- Kotler, & Amstrong. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid Kedua*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, & Lane. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing (Global Edition)* (Edisi tuju). Pearson Education Limited.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis (Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis)*. Bandung: Alfabeta.
- Kuspriyono, T. (2018). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Apartemen Meikarta. *Jurnal Cakrawala*, XVIII(1), 59–65.

- Lee, M., & Johnson, C. (2007). *Prinsip-Prinsip Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi : Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- Limakrisna. (2012). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Lin, L.-Y. (2011). The Impact of Advertising Appeals and Advertising Spokespersons on Advertising Attitude and Purchase Intentions. *2011*.
- Lovelock, Christopher, Wirtz, J., & JackyMussry. (2010). *Pemasaran Jasa – Perspektif Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi & Ikhsan. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nigrum, M. S., & Tresnati, R. (2017). Pengaruh Iklan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Klinik Vanela Beauty Care Cimareme Padalarang). *Jurnal Manajemen*, 1(1).
- Nugroho, S. (2013). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Poluan, J. G., Lumintang, G. G., & Untu, V. N. (2016). Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Minumanan Coca Cola (Studi Kasus pada PT. Bangun Wenang Beverage Company Manado). *Jurnal EMBA*, 4(3), 671–681.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: CV. Pustaka Setia.
- Purnamasari, W. (2020). Pengaruh Testimonial, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Produk Kecantikan Secara Online. *Jurnal Manajemen*, 1(1).
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rostianto, M. M. E.-M., M.Ramdan, A., & Mulia, F. (2019). Daya Tarik Testimonial Di Sosial Media Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 3(1).
- Sanusi. (2011). *Metode penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Situmorang, I. L. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Citra Merek Dan Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Merek Pond's Pada Remaja Di Kota Pekanbaru. *Jurnal JOM Fekom*, 4(1).

- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia Di Universitas Budi Luhur Periode Februari-April 2018). *Jurnal Manajemen*, 11.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Pelanggan Puas? Tak Cukup !*. Bandung: CV. Andi Offset.
- Ulus, A. A. (2013). Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Pada PT.Astra Internasional Manado. *Jurnal Manajemen*, 1(1).
- Utami. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Weenas, J. R. . (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 1(1).