

DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, Terence. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*, B50, 179-211. doi: 10.1016/0749-5978(91)90020-T
- Algifari. (2015). *Analisis Regresi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: BPFE.
- Ariananda et al. (2021). *the Influence of Product Attributes and Digital Marketing on Female Purchase Decision of Cosmetics in Manado. Jurnal EMBA: Jurnal*, 9(3), 769.
- Assauri, Sofjan. (2015). *Manajemen Pemasaran*. PT. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Bahri S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap Dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fahmi, I. (2016). *Perilaku Konsumen*. PT. Jakarta: Prenhallindo.
- Fandy, T. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fandy, T. (2010). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Fandy, T. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Yogyakarta: Andi Offset.
- Fandy, T. & Anastasia D. (2016). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ferdiand, A., (2014). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro Press.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planing & Strategi)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Fitaloka, Ekasari, R., & Arif, D. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 1(1), 1–7.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekabaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, Vol. 4(1), 71–85.

- Khusyari, M. H. R., Lukiana, N., Hartono. H. (2018). Pengaruh Desain Produk, Positioning dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Honda pada UD. Karunia Sejahtera Motor Lumajang. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(1), 120.
- Kotler, P., & Garry A. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset Untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Mannulang. M., & Hutabarat, E. (2016). *Manajemen Pemasarandalam Kompetisi Global*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Mybest. (2022, 02 Januari). 10 Rekomendasi Produk Implora Terbaik (Terbaru Tahun 2022). Mybest. Diperoleh tanggal 10 Mei 2022, dari <https://mybest.id/>
- Nawangarsari, L. C., Widayati, C. C., Buana, U. M., & Crazy, A. E. (2020). The Effect of Celebrity Endorsement, Electronic Word of Mouth, and Customer Satisfaction to Purchasing Decision. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 24–33. <https://doi.org/10.7176/jmcr/67-04>
- Novianti, T. A. (2020). Pengaruh celebrity endorser dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 43–50.
- Nugroho, Y. A. (2011). *Olah Data dengan SPSS*. Yogyakarta: PT. Skripta Media Creative.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Paradis, W. S., Hidayat, Z., & Fauziah, A. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorse, Kualitas Produk Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Indomie (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Widya Gama Lumajang)*. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 2(4), 171–266.
- Paramita, R. W. D., & Rizal, N. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Edisi 2). Lumajang: Widya Gama Press.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ramadhani, F. (2021, 02 Agustus). Lokal Mendominasi! Ini Daata Penjualan Kosmetik Bibir di Shopee Bulan Juni 2021. *Compas*. Diperoleh tanggal 10 Mei 2022, dari <https://compas.co.id/article/penjualan-kosmetik-bibir/>
- Repi, L., Tawas, H., & Onsu, R. (2015). Atribut Produk, Citra Merek, Dan

- Strategi Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Di Dealer Yamaha Ranotana. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 818–828.
- Roza, T. N., & Ramy, R. D. (2019). Pengaruh Atribut Produk Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Buku Pada PT. Masmmedia Buasa Pustaka Cabang Banda Aceh. *Serambi Konstruktivis*, 8(5), 55.
- Sanusi. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Siregar, S. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Alfabeta.
- Siswandi, R. A., & Djawoto. (2019). Pengaruh *Celebrity Endorser, Korean Wave, Brand Image, Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8, 5.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Supranto. Limakrisna, Nandan, 2011, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Mitra Wacana Media: Jakarta
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumardy, 2011. *The Power Of Word Of Mouth Marketing*, Jakarta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sutisna, 2012. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Edisi kedua. Bandung.
- Syamsiah, S. N., Muttaqien, F., & Ato'illah, M. (2018). Analisis Pengaruh *Brand Image, Brand Awareness* Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Toko SJ Tempeh Lumajang. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(1), 114–126.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Widarjono, A. (2015). *Analisis Multivariat Terapan dengan Program SPSS, AMOS, dan SMARTPLS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Widodo. (2017). *Metodelogi Penelitian Popolar & Riset*. Jakarta: PT.

Rajagrafindo Persada.

Zahiroh, N., Zaqiyah, S., & Novie, M. (2021). Pengaruh *Celebrity Endorse* Dan Persepsi Produk Skincare Ms Glow Di Sidoarjo. *Greenomika*, 3(2), 90–97.

