

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2015). *Metodologi Penelitian: Untuk Ekonomi, Manajemen, Komunikasi, dan Ilmu Sosial*. Yogyakarta: aswaja Pressindo.
- AFSHEEN KHAN, d. S. (2016). Influence Of Celebrity Endorsement On Consumer Purchase. *Imperial Journal of Interdisciplinary Research (IJIR) Vol.2, Issue-1 , 2016*, 10.
- Aldily, R. (101 Amazing Marketing Ideas). 2019. Randubelang, Bangunraharjo, Sewon, Bantul: PT. Anak Hebat Indonesia.
- Alma. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Amstrong, P. K. (2016). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Andrews, S. d. (2013). *Intergrated Marketing Communication*. South-Western: Cengage Learning.
- AnnisaPutriani. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Celebrity Endorser Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta) . *Jurnal Ekobis Dewantara Vol. 1 No. 8 Agustus 2018* , 9.
- Ari setyaningrum, J. U. (2015). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Dahmiri, H. H. (2020). Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu) Vol. 9 No. 01, April 2020 P-ISSN: 2252-8636, E-ISSN: 2685-9424* , 8.
- DH, L. M. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks Menggunakan LINE) . *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 58 No. 1* , 10.
- Faadhilah, F. N. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Beauty Vlogger Sebagai Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Pada Remaja Perempuan Pengguna Kosmetik Korea Di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 7 Nomor 1 – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya* , 10.
- Ferdinand. (2011). *Metode penelitian manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand. (2014). *Metodologi penelitian manajemen: pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis, dan disertai ilmu manajemen (3rd ed)*. Yogyakarta: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Ghozali. (2014). *Structural Equation Modeling*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Keller, P. K. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Jakarta: Erlangga.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi kreatif dalam periklanan* . Kota Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Madiawati, N. R. (2017). Pengaruh Perilaku Konsumen dan Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardag . *Bisnis dan Iptek Vol.10, No.1 April 2017, 25-36 Issn : 2502-1559*, 12.
- Neolaka. (2019). *Isu-isu kritis pendidikan utama dan tetap penting namun terbaik* . Jakarta: Prenadamedia Group .
- Noor. (2014). *Analisis data penelitian ekonomi dan manajemen* . Jakarta: PT. Grasindo.
- Nu'man Mubarak, A. F. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Pada Media Sosial Instagram (Survei Online pada Konsumen Produk Erigo Jakarta melalui Instagram). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 62 No. 1 September 2018*, 8.
- Pamungkas., I. N. (2019). *Brandology*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Pertiwi, L. D. (2019). PENGARUH CITRA MEREK DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH EXCLUSIVE MATTE LIPCREAM . *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 7 Nomor 2 – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya* , 9.
- Putri, C. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen cherie melalui minat beli . *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 1, Nomor 5, Desember 2016* , 10.
- Ratih Indriyani, A. S. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion . *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 14, No. 1, April 2020, 25–34* , 10.
- Resa Nurlaela Anwar, R. A. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ecommerce Fashion Muslim Hijup Di Jakarta . *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana 2018ISSN: 2338 - 4794 Vol.6. No. 1 Januari 2018* , 11.
- Ryan, D. (2016). *Understanding digital marketeting*. London: British Library Catalogue.
- Sarjono, H. d. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Rise* . Jakarta: Salemba Empat.
- Shabrina Aqmarina, S. K. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013 dan 2014 Konsumen Produk Kosmetik Wardah) . *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 39 No. 2, 10*.
- Sinambela, L. (2014). *Metodologi penelitian kuantitatif: untuk bidang ilmu administrasi, kebijakan publik, politik, ekonomi, sosiologi, komunikasi dan ilmu sosial lainnya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Sisilia Oktavia Umboh, A. T. (2015). Analisis Kualitas Produk, Brand Image Dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita Di Mississippi Manado Town Square. *Jurnal EMBA 1096 Vol.3 No.1 Maret 2015, Hal. 1096-1105* , 10.
- SiskaYulianda, T. H. (2015). The Effect of Two Aspects-Quality Products and Consumers Psychology - Toward the Purchase Decisions of Samsung Mobile Phone . *Mediterranean Journal of Social Sciences MCSER Publishing, Rome-Italy Vol 6 No 5 S5 October 2015* , 6.
- Sophiah, S. d. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CV ANDI.
- Sudaryana. (2017). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku konsumen dalam perspektif pemasaran*. Jakarta: Lentera ilmu cendekia.
- Sugiyono. (2012). *Metodologi penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian manajemen (setyawami,ed)*. Bandung: Alfabeta CV.
- Tantri, A. d. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Rajagrafindo Persada.
- Tantri, A. d. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tarigan, E. D. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen Vol. 3 No. 1, November 2016*, 15.
- Wijadja, B. T. (2010). *Lifestyle Marketing*. Jakarta : PT.Gramedia.
- Wijayaningrum, L. A. (2018). The Effect Of Celebrity Endorser On Brand Awareness And It's. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 60 No.3 Juli 2018*, 9.
- Zakiy, A. Z. (2019). The Effect Of Beauty Influencer, Lifestyle, Brand Image And Halal Labelization Towards Halal Cosmetical Purchasing Decisions . *JEBIS: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Vol. 5, No.2, p-ISSN : 2442-6563 e-ISSN : 2525-3027* , 13.

[\(https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/\)](https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/)

[\(https://brandirectory.com/rankings/cosmetics/\)](https://brandirectory.com/rankings/cosmetics/)

[\(https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_find=maybelline\)](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=maybelline)