

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A. (2013). *Manajemen pemasaran strategis*, Jakarta: Salemba Empat.
- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Eze, U., Chew, B.T., Adelene, L.Y. (2012). *Purchasing Cosmetic Products: A Preliminary Perspective of Gen-Y*, Contemporary Mangement Research, Volume 8, page. 51-60.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode penelitian manajemen*, Edisi.3, Semarang: CV. Indoprint.
- Ferrinadewi, E (2008). *Merek dan Psikologi Kondumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghozali, I. (2014). *Structural equation modeling*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*, Edisi.8, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, F.A & Dharmayanti, D. (2014). *Analisis pengaruh iklan dan endorser terhadap purchase intention dengan brand awareness sebagai variabel intervening*, Jurnal manajemen pemasaran Petra, Vol II. No.1 2014, hlm. 1-14.
- Hasan, A. (2013), *Marketing dan kasus-kasus pilihan*, Edisi.1, Jakarta: PT. Buku Seru.
- Hassan, S.R.U & Jamil, R.A. (2014). *Influence of celebrity endorsement on consumer purchase intention for existing products: a comparative study*, Jurnal of management info 4, Vol.I, hlm. 1-23.
- Hemamalini, K.S & Kurup, S.K. (2014). Effectiveness of television advertisement on purchase intention, *International Journal Of Innovative Research In Science, Engineering And Terchnology*, Vol.III, Issue 2, February 2014, page. 9416-9422.
- Husein, A (2017). Analisis pengaruh iklan dan *celebrity endorser* terhadap citra merek dalam meningkatkan minat beli shampoo Pentene pada masyarakat kota Pekanbaru, JOM Fekon, Vol. 4 No. 1 Februari 2017, hlm. 243-256.
- Industri Kecantikan di Indonesia Alami Pertumbuhan Pesat (2017). Diakses 2 Februari 2018, dari <http://majalahkartini.co.id/mode-kecantikan/kecantikan/industri-kecantikan-di-indonesia-alami-pertumbuhan-pesat/>.

- Juliansyah, N (2014). *Analisis data penelitian ekonomi dan manajemen*, Jakarta: PT Grasindo.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi kreatif dalam periklanan, konsep pesan, media, branding, anggaran*, Depok: Kharisma Putra Utama.
- Khan, S.K., Rukhsar, A. & Shoaib, M. (2016). *Influence of celebrity endorsement on consumer purchase intention*, IOSR Journal of Business and Management, Vol.XVIII, Issue.1, Ver.1, hlm. 6-9.
- Kotler, P & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Jakarta: Erlangga.
- Kristanto, J. (2011). *Manajemen pemasaran internasional*, Jakarta: Erlangga.
- Laksana, F. (2008). *Manajemen pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Limakrisna, N & Purba, T. (2017). *Manajemen pemasaran*, Edisi 2, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Limakrisna, N. & Susilo, W.H. (2012). *Manajemen pemasaran teori dan aplikasi dalam bisnis*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Limakrisna, N. & Susilo, W.H. (2012). *Manajemen pemasaran teori dan aplikasi dalam bisnis*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Lupiyoadi, P & Hamdani, A. (2011). *Manajemen pemasaran jasa*, Edisi 2, Jakarta: Salemba Empat.
- Malau, H. (2017). *Manajemen pemasaran*, Bandung: Alfabeta.
- Manap, A. (2016). *Revolusi manajemen pemasaran*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Mangkunegara, A.P. (2012). *Perilaku konsumen*, Bandung: PT. Refika Aditama.
- Morissan. (2010). *Periklanan: komunikasi pemasaran terpadu*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen pemasaran modern*, Yogyakarta: PRESSindo.
- Prasetyaningtyas, I. (2014). Pengaruh iklan dan kemasan terhadap niat beli yang dimediasi oleh citra merek, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol.VIII, No.1, Maret 2014, hlm. 27-38.
- Sangadji, E & Sophia. (2013). *Perilaku konsumen*, Yogyakarta: CV. Andi Offset.

- Sarjono, H. & Julianita, W. (2013), *Sps Vs Lisrel: Sebuah pengantar, aplikasi untuk riset*, Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman, L & Kanuk, L. (2008). *Perilaku Konsumen*, Edisi ketujuh Jakarta: PT. Indeks.
- Sejarah Clear. Diakses 24 Mei 2018, dari [https:// www.unilever.co.id /brands/ourbrands/clear.html](https://www.unilever.co.id/brands/ourbrands/clear.html)
- Sejarah Unilever. Diakses 24 Mei 2018, dari [https:// id.wikipedia.org /wiki /Unilever](https://id.wikipedia.org/wiki/Unilever)
- Shimp, T.A. (2014). *Komunikasi pemasaran terpadu dalam periklanan dan promosi*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian*, Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori kuisisioner & analisis data untuk pemasaran dan perilaku konsumen*, Edisi 1, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryani, T. (2008). *Perilaku konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Susilo, I & Semuel, H. (2015). Analisa pengaruh emotional marketing terhadap purchase intention melalui brand awareness pada produk dove personal care di Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.IX, No.1, April 2015, hlm. 23-34.
- Tjiptono, F & Chandra, G. (2012). *Pemasaran strategik*, Edisi 2, Yogyakarta: Andi OFFSet.
- Top Brand Award (2015). Diakses 2 Februari 2018, dari http://www.topbrandaward.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2015_fase_1
- Top Brand Award (2016). Diakses 2 Februari 2018, dari http://www.topbrandaward.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_1
- Top Brand Award (2017). Diakses 2 Februari 2018, dari http://www.topbrandaward.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_1
- Usman, H. & Sobari, N. (2013). *Aplikasi teknik multivariate untuk riset pemasaran*, Edisi.1, Jakara: PT. Rajagrafindo Persada.
- Yudiartika, D. & Haryanto J. O (2012). Pengaruh personal selling, display, promosi penjualan terhadap kesadaran merek dan intensi membeli terhadap produk kecantikan pond's, *Buletin Studi Ekonomi*, Vol.XVII. No.2 Agustus 2012, hlm. 142-156.