

DAFTAR PUSTAKA

- A. Kadek, Dkk. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah Men's Biore. *5(7)*, 4016–4043.
- Andika, A., & Susanti, F. (2015). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Di Azzwars Parfum Lubeg Padang. 1–13.
- Andini, N. (2015). Pengaruh Green Marketing , Brand Awareness Dan Attitude Terhadap Purchase Intention Air Minum Dalam Kemasan Merek Ades (*Studi Pada Masyarakat Di Kota Semarang*).
- Angelina Rares, Rotinsulu Jopie Jorie. (2015). Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Bengkel Gaoel Manado Town Square. *3(2)*, 592–604.
- Anggi, V. F., & Soesanto, H. (2016). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Selebriti Endorser Pada Promo Ada Aqua Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Di Jawa Tengah Dan Diy). *Diponegoro Journal Of Management*, *5(3)*, 1–14.
- Anggraini, F., Dharmayanti, D., Si, M., Pemasaran, P. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2014). Analisis Pengaruh Iklan Televisi Dan Endorser Terhadap Purchase Intention Pond's Men Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening. *2(1)*, 1–14.
- E. Yulia. (2014). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Wisatawan Asing Berlibur Di Kota Semarang.

- Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen* (Alwin R. Bat, Ed.). Tangerang: Raja Wali Pers.
- Faraditta, A. (2015). Analisis Pengaruh Country Of Origin Perception , Perceived Quality Dan Consumer Perception Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai.
- Ferdyanto Fure, Joyce Lopian, R. T. (2015). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di J.Co Manado. *3*(1), 367–377.
- Gusti Ayu & I Putu. (2015). Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention (*Studi Pada Produk Kosmetik Etude House Di Kota Denpasar*). *4*(5), 1206–1228.
- Hermawan, H. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember. *1*(2), 143–161.
- Ida Farida, Dkk. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Go-Jek Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, *1*(1), 31–40.
- Luh Dwi Mariyanti, G. B. R. (2015). Pengaruh Celebrity Endorsers Dan Pesan Iklan Di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Es Krim Walls Magnum Belgium Chocolate. *4*(10), 3093–3118.
- Mubarok, D. A. A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen. *15*(3), 61–76.
- Ni Made Arie & I Wayan Santika. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Sepatu Olahraga Nike Di Kota

Denpasar. 6(10), 5720–5747.

Ni Made Rahayu Wulandari, I. K. N. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampoo Di Kota Denpasar. 4(11), 3909–3935.

Ni Nyoman Sunariani. (2017). Marketing Mix Dan Akreditasi Terhadap Keputusan Memilih Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. 2(2), 368–377.

Nuraini, A. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah Di Kota Semarang. In *Nhk* (Vol. 151). <https://doi.org/10.1145/3132847.3132886>

Nur Wasiqk Febrianto. (2017). Pengaruh Implementasi Marketing Mix Memilih Produk Tabungan Perbankan Syariah A H (*Studi Pada Nasabah Perbankan Syariah Yang Berdomisili Di Kota Salatiga*) SKRIPSI.

Patimah, A. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.

Pratama, R. A. (2014). Analisis Pengaruh Citra Merek, Daya Tarik Iklan, Dan Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Nokia Lumia.

Priansa, D. J. (2017). *Prilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.

Pungky Erawati. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah Men's Biore.

Putu Ratih Arta Eliasari, I. P. G. S. (2017). Pengaruh Brand Awareness Terhadap

Purchase Intention Dimediasi Oleh Perceived Quality Dan Brand Loyalty. 6(12), 6620–6650.

R. Kartika. (2018). Pengaruh Vlogger Review Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Intervening Variabel Pada Produk Kosmetik Dan Perawatan Wajah. *III*, 57–66.

Resmawa, I. N. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Product Knowledge Terhadap Purchase Intention Dengan Green Price Sebagai Moderating Variabel Pada Produk The Body Shop Di Surabaya. *I*(2), 1–11.

Riska Damayanti. (2017). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Mitra Iqra' Plus Pada AJB Bumiputera 1912 Syariah Cabang Lemabang Palembang. *ABA Journal*, 102(4), 24–25. <https://doi.org/10.1002/Ejsp.2570>

Rizaldi, A. (2017). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Cosmetic Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).

Rizka Ulfa Baiti. (2016). PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP SKRIPSI *Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)*.

R. Kartika. (2018). Pengaruh Vlogger Review Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Intervening Variabel Pada Produk Kosmetik Dan Perawatan Wajah. *Iii*, 57–66.

Seftian, J. (2018). Pengaruh Celebrity Endorsement (Raisa Andriana) Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada

Produk Oppo Smartphone (Studi Pada Mahasiswa Fisip Universitas Lampung).

Semuel, H., & Lianto, A. S. (2014). Analisis Ewom , Brand Image , Brand Trust Dan Minat Beli. *8*(2), 47–54. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.8.2.47-54>

Setiawan, L. (2018). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel. *12*(1), 53–59. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.53>

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (Alfabeta, Ed.). Bandung.

Suryadi, C. E. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Konsumen (*Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ips Uin Syarif Hidayatullah Jakarta*).

Widi, P. (2014). Pengaruh Celebrity Endoser Terhadap Niat Beli Konsumen : Studi Pada Produk Sticker Aplikasi Jejaring Sosial LINE.

Wijaya, F. A., & Sugiharto, S. (2015). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Purchase Intention Dengan brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Iklan Produk Perawatan Kecantikan Pond's). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, *9*(1), 16–22. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.9.1.16-22>

Yan Bayu & Made Jantra. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar. *5*(3), 1745–1771.

Yusy Iralisa. (2019). Pengaruh Marketing Mix (Produk, Harga, Lokasi Dan

Promosi) Terhadap Loyalitas Pelanggan Dunkin Donuts Bandar Lampung.

Journal Of Chemical Information And Modeling, 53(9), 1689–1699.

<https://doi.org/10.1017/Cbo9781107415324.004>

<http://www.wardahbeauty.com>

<https://www.wardah.co.id/home.html>

<https://id.wikipedia.org/wiki/Wardah>