

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, D. N., & Fikriyah, K. (2021). Pengaruh Halal Knowledge, Islamic Religiosity dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(3), 215–229. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n3.p215-229>
- Adiwinata, N. N., Sumarwan, U., & Simanjuntak, M. (2021). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumsi Kopi di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 14(2), 189–202. <https://doi.org/10.24156/jikk.2021.14.2.189>
- Arikunto, Suharsimi. 2018, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi IV. Jakarta : Rikena Cipta.
- Aulawi, H. (2016). Kepuasan Konsumen, Biaya Berpindah, Persepsi Harga, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Penyedia Jasa Internet Telkom Speedy. *Jurnal Administrasi Kantor*, 4(41), 93–116.
- BPS. (2020). Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2019. *Www.Bps.Go.Id*, 17/02/Th. XXIV, 1–12. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/02/05/1755/ekonomi-indonesia-2019-tumbuh-5-02-persen.html>
- Bramantya, Y. B., & Jatra, M. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter MX Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(3), 1745–1771. <https://media.neliti.com/media/publications/255237-pengaruh-celebrity-endorser-dan-brand-im-6b860004.pdf>
- Dewi & Ivo. (2021). Pengaruh Celebrity endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa. *INOBIJ:Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia Vol.4 No 4*
- Erna Ferrinadewi. (2005). Atribut Produk Yang Dipertimbangkan Dalam Pembelian Kosmetik Dan Pengaruhnya Pada Kepuasan Konsumen Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(2), pp.139-151. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/man/article/view/16360>
- Fajri, S., Malik, D., & Wahyudi, H. (2022). *Pengaruh Reputasi Produk dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Wardah Kosmetik Studi Pada Masyarakat Kota Padang Kosmetik merupakan salah satu kebutuhan manusia terutama kaum wanita . Kosmetik merupakan suatu produk yang unik karena selain memiliki*. 09, 514–535.
- Febriani, R., & Khairusy, M. A. (2020). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser/Brand Ambassador, Harga Dan Desain Produk Yang Dimediasi Oleh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop Shopee. *Progress: Jurnal Pendidikan, Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 91–109.

<https://doi.org/10.47080/progress.v3i1.782>

- Fetriszen, & Aziz, N. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Merek AICOS Produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia. *OSF Preprints*, 1, 1–9.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gurviez, P., & Korchia, M. (2003). Multidimensional Brand Trust Scale. In *32nd EMAC Conference, Glaslow, Marketing: Responsible and Relevant, May*, 438–452.
- Johanes. (2023). *Pengaruh REputasi, kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada PT Sri Indah Mandiri Batam*.
- Karim, F. A., Nurhasanah, N., Nadeak, B., & Hartelina, H. (2024). Pengaruh Online Costumer Review terhadap Decision Purchase pada Konsumen Shopee dan Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(2), 1872. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i2.5397>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (13 (ed.)). Erlangga.
- Kotler, Philip, 2000, *Marketing Management*. Edisi Milenium. New Jersey: Prentice.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Diterjemahkan oleh: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Amstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing Global*. 14th edition. New Jersey: Prentice.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management*. 14th edition. New Jersey: Prentice.
- Lesmana, A. (2019). Pengaruh Trust , Perceived Reputation Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Online. *Jurnal Ekonomak*, V(1), 90–101.
- Mahyarni, M. (2013). THEORY OF REASONED ACTION DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). *Jurnal EL-RIYASAH*, 4(1), 13. <https://doi.org/10.24014/jel.v4i1.17>
- Mambu, T. R., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2022). Kepercayaan Konsumen, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi E-Commerce Shopee di Kota Tondano. *Jurnal VICIDI*, 12(1), 26–36. <https://doi.org/10.37715/vicidi.v12i1.2934>
- Margono. 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta : Rikena Cipta.
- Purbarani, V. H., Santoso, S. B., & Manajemen, J. (2013). Studi pada Konsumen

- Larissa Aesthetic Center Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 2(1), 1–9. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Rendy. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda Pada Konsumen di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 331–341.
- Sampe, Y. D., & Marie Tahalele. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Vivo Pada Toko Bandung Jaya A.Y Patty Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, VOLUME. 2(1), 50.
- Sanusi, 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman, L. ., & Kanuk, L. L. (2020). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). PT. Indeks.
- Sekaran, Uma. 2011. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi 4, Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Sisnuhadi, S., & Sirait, S. K. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial, Celebrity Endorser, Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(1), 45. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.161.371>
- Stephen, M. R. (2011). *Covey, The Speed Of Trust*. KARISMA Publishing Group.
- Suastini, I. A. K. S., & Mandala, K. (2019). Loyalitas Pelanggan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali p. *E-Jurnal Manajemen*, 8(1), 7044–7072.
- Sudrajad, Gilang. 2014. Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap keputusan pembelian (Kasus pada Buck Store di Semarang). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syafri, N. A., Mustari, Hasan, M., Said, M. I., & Nurdiana. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Brand Image Halal, Celebrity Endoser Dan Tingkat Harga Terhadap Kpeutusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar). *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(02), 389–403.
- Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi.