

## DAFTAR PUSTAKA

- Aprilliana, D. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk , harga , Celebrity Beli Kosmetik Emina Di Kota Palembang ( Studi Kasus Pada Mahasiswi Multi Data Palembang )* Skripsi Disusun Oleh : Stie Multi Data Palembang Program Studi Manajemen. 2.
- Azzahra, S. M., Nobelson, N., & Suharyati, S. (2020). Analisis Minat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik Makeover Melalui Beauty Vlog. In *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi I*
- Benowati, S. G., & Purba, T. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah Di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Triangle*, 1(2), 356-370.
- Cahyaningrum, F. (2020). “Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Celebrity Endorser dan Country of Origin Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Di Wardah Beauty House Semarang”. *Prosiding Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (Kimu) Klaster Ekonomi*.
- Christianie, G., & Sihombing, T. (2021). The Effect of Customer Review and Celebrity Endorsement Toward Indonesia Local Makeup Brand Purchase Intention. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(3), 60-73.
- Dewi, I. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Produk Lipstik Wardah di Kecamatan Buleleng* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).
- Fauzia, A. Z. N., & Sosianika, A. (2021). Analisis Pengaruh Brand Image, Perceived Quality, dan Country of Origin Terhadap Minat Beli Produk Skincare Luar Negeri. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 12, pp. 1068-1072)
- Hafisa, D. Y. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Halal “Wardah “(Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia)*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Habibah, Ummu, Sumiati. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura.” *JEB 17 Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2016.

- Jayanti, D. D., Welsa, H., & Cahyani, P. D. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Celebrity Endorsment Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(2), 686-703.
- Juliana, A. D., Hubner, I. B., & Noval, T. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Purchase Intention Produk Kosmetik Etude House pada Mahasiswi Sekolah Tinggi Pariwisata Pelita Harapan Karawaci. *Jurnal Ilmiah Skylandse*, 2(2), 251-256.
- Jannah, M., & Sulaiman. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Distribusi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Sirup Cap MawaR Miftahul*. 4(4), 40-50.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management*. Edisi 14. England: Person Education.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016 *Marketing Management*. 15th Edition. Perason Education, Inc
- Kotler, Philip dan Gari Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua Belas Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kusdyah, I. (2012). Persepsi kualitas, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, dan Keinginan Pembelian Ulang jasa Klinik Kesehatan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 25-32. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.7.4.25-32>.
- Kemenperin. 2020. "Kemenperin: Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik." *Kementerian Perindustrian Republik Indonesia*.
- Lisani, Farah. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Terhadap Minat Beli Produk Bedak Wardah „Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta“"
- Monalisa Giovani Sembiring. n.d. "Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Nature Republik Aloevera Gel." 2019. Retrieved August 25, 2022 ([https://repository.usd.ac.id/35678/2/152214017\\_full.pdf](https://repository.usd.ac.id/35678/2/152214017_full.pdf)).
- Marisa, O., & Rowena, J. (2019). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Pada Produk High End Make Up And Skincare Pada Generasi Milenial Jakarta

- Mirawati, M. (2019). *Pengaruh Label Halal, Citra Merek, dan Keberagamaan terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Halal dengan Preferensi sebagai Variabel Intervening*. Tesis. Malang: Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Malang.
- Mudarifah, S. (2020). Analisis pengaruh electronic Word Of Mouth terhadap minat beli produk kosmetik maybelline dengan brand trust sebagai variabel mediasi (studi kasus pada pengguna aplikasi Online Shop Lazada. Co. Id). *PRAGMATIS*, 1(1), 23-31.
- Mustikasari, A. (2019). Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Pada Produk Nature Republic Aloe Vera Di Bandung 2019. *eProceedings of Applied Science*, 5(2).
- Ningsih, Aprilia Ratna. 2022. "Pengaruh Label Halal, Citra Produk Dan Harga Dalam Keberagaman Kosmetik Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Perspektif Bisnis Syariah (Studi Pada Ririnis Shop Bandar Lampung) - Raden Intan Repository." Retrieved March 28, 2022 (<http://repository.radenintan.ac.id/17542/>).
- Nurdian Pratiwi, Lilis. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kf Skin Care Di Arlin Beauty Ponorogo."
- Nurul Ulfah. 2017. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kemasan Produk Dan Iklan Terhadap Minat Beli Kosmetik Pada Mahasiswa Di Yogyakarta." Retrieved August 26, 2022(<http://repository.stieykpn.ac.id/291/1/RINGKASAN SKRIPSI Nurul Ulfah - 211326500.pdf>).
- Novita, E. (2019). Pengaruh Country of Origin, Brand Image dan Beauty Vlogger Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Lipcream Wardah. (Studi Kasus pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara). Medan: Program Studi Strata-1 Manajemen Departemen Manajemen Universitas Sumatera Utara.
- Nurhayati, A. (2021). Analisis Implementasi Visual Storytelling Marketing dan Brand Trust serta Pengaruh Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah pada Mahasiswa Di Purwakarta. *Eqien: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 108-116.
- Nuriyanna, S. E. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Suhay Salim Terhadap Purchase Intention (Studi Pada Calon Konsumen Produk Kecantikan Merek Safi di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2).
- Nurmala, M. D., Mulyapradana, A., & Sofiyanti, M. (2020). Hubungan Antara Citra Merek dengan Minat Beli Hand Body Lotion pada Siswa-Siswi

Kelas Xi Di Sma 2 Cipocok Jaya Kota Serang. *Economicus*, 14(2), 157-166.

Nayumi, S., & Sitinjak, T. J. R. (n.d.). Pengaruh Country Of Origin Image, brand image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian produk Innisfree Di Mall Kelapa Gading Jakarta utara. <https://marketeers.com/di-balik-kesuksesan-merek-kecantikan-korea>

Putri, Yelli Riska. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Kasus Mahasiswi FEBI IAIN Batusangkar)." Retrieved March 28, 2022 (<https://repo.iainbatusangkar.ac.id/xmlui/handle/123456789/11956>).

Priono, Q. M. B., & Prohimi, A. H. A. (2021). Pengaruh Celebrity Endorse Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Trust pada Produk Scarlett Whitening. In *Prosiding Seminar Nasional KBK* (Vol. 1, No. 2)

Qonita, A., & UST, A. F. E. (2018). Analisis Pengaruh Iklan, Celebrity Endorser, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Wardah Kosmetik (Survei Pada Calon Konsumen Wardah Kosmetik Complek Pondok Pesantren Mulungan Wetan, Mlati, Sleman, DIY). *Jurnal Ekobis Dewantara Vol, 1*(8).

Ratnawati, Yuni. 2021. "Pengaruh Label Halal, Celebrity Endorser, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal „Pixy“ Oleh Muslimah Milenial Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening – IAIN Salatiga Repository." Retrieved March 11, 2022 (<http://erepository.perpus.iainsalatiga.ac.id/10978/>).

Rahmawati, J. H. (2021). *Pengaruh brand image, celebrity endorser, country of origin dan electronic word of mouth terhadap minat beli produk kecantikan Korea (K-Beauty): studi pada mahasiswa S1 Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*. Skripsi. Surabaya: Program Studi Manajemen UIN Sunan Ampel Surabaya.

Ramlawati, R., & Lusyana, E. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Wardah Pada Mahasiswi Hpmm Cabang Maiwa Di Makassar. *Manor: Jurnal Manajemen dan Organisasi Review*, 2(1), 65-75.

Rizaldi, A. (2017). *Pengaruh daya tarik iklan dan celebrity endorser terhadap minat beli cosmetic wardah (Studi kasus pada mahasiswi Univesitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta)*. Tesis. Jakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah.

- Rahayu, Rovi Tri. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Online Pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.
- Santoso, D. A., Erdiansyah, R., & Pribadi, M. A. (2019). Pengaruh brand awareness dan brand image terhadap minat beli produk kecantikan Innisfree. *Prologia*, 2(2), 286-290.
- Saputro, Dwi Agung Wahyu. 2020. "Pengaruh Citra Merek, Celebrity Endorser, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Wardah (Studi Kasus Konsumen Wardah Kab. Ponorogo) - Electronic Theses of IAIN Ponorogo." Retrieved April 24, 2022 (<http://etheses.iainponorogo.ac.id/11632/>).
- Siti, Akidatul Munawarah, Wati Linda, and Trianita Mery. 2020. "Pengaruh Harga, Iklan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Laneige."
- Sukma, Kadek Ayu Dwi Sudias Kumala & I Ketut Nurcahya & Alit Suryani. 2016. "Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah Men's Biore". *E-Jurnal Manajemen Unud vol. 5 no. 7*.
- Sugibayashi, Kenji, Eddy Yusuf, Hiroaki Todo, Sabrina Dahlizar, Pajaree Sakdiset, Florencio Jr Arce, and Gerard Lee See. 2019. "Halal Cosmetics: A Review on Ingredients, Production, and Testing Methods." *Cosmetics 2019, Vol. 6, Page 37* 6(3):37. doi: 10.3390/COSMETICS6030037.
- Santoso, D. A., Erdiansyah, R., & Pribadi, M. A. (2019). Pengaruh brand awareness dan brand image terhadap minat beli produk kecantikan Innisfree. *Prologia*, 2(2),286-290.
- Sari, K. P., Manggabarani, A., & Ishak, R. M. (2021). Analisis Minat Beli Halal Branding Skincare Safi. *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*, 8(1), 207-236.
- Subastian, D. V., Firsya, E., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Celebrity Endorser Raffi Ahmad Terhadap Minat Beli Produk Skincare Ms. Glow. *Revenue: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(1), 1-10.
- Story – Lavees Cosmedics Official Site Produk Lavees Cosmedics Yang Di Dikembangkan Oleh Dr. Monita Sugianto M.Kes.AAAM. <http://lavees.co.id>
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.

- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Tamura, H., & Fatlah, A. (2013). Pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 23(9),287.
- Then, N., & Johan, S. (2020) Effect of Product Quality, Brand Image, and Brand Trust on Purchase Intention of SK-II Skincare Products Brand in Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(5), 530-535.
- Wulandari, K. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik (Studi pada Pengguna E-Commerce Sociolla). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).
- Wahono, R. S.(2012, August 07). *Kiat Menyusun Kerangka Pemikiran Penelitian*. Retrieved October 15, 2021, from RomiSatriaWahono: <https://romisatriawahono.net/2012/08/07/kiat-menyusun-kerangka-pemikiran-penelitian/>
- Wahono, R. S.(2012, August 07). *Kiat Menyusun Kerangka Pemikiran Penelitian*. Retrieved October 15, 2021, from RomiSatriaWahono: <https://romisatriawahono.net/2012/08/07/kiat-menyusun-kerangka-pemikiran-penelitian/>
- Yusron, S., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Kosmetik Pixy Di Toko Aster Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(09).
- Zahira, S. E., & Prasetio, A. (2021). Pengaruh Social Media Marketing pada Brand Image dan Brand Trust Terhadap Purchase Intention Produk Kosmetik Sariayu Martha Tilaar (Studi kasus pada social media Instagram). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(3).