

## DAFTAR REFERENSI

- Amanah, D., & Pelawi, S.P. 2015. Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) dan Belanja Hedonis (Hedonic Shopping) Terhadap Impulsive Buying Product Matahari Plaza Medan Fair. *Jurnal Quanomic*, Vol. 3, No. 2, Hlm: 18.
- Anggraeni, Mita dan Rina Kurniawati. 2020. Pengaruh Celebrity Endorser dan Persepsi Kualitas Melalui Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Kalibrasi*, e-ISSN: 2302-7320; p-ISSN: 1412-3614. Vol. 17, No. 1. (Sinta 5).
- Anwar, Sanusi. 2016. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Cetakan Keenam. Jakarta: Salemba Empat.
- Aqmarina. 2014. 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), Vol. 39, No. 2, Hlm:1–10.
- Arikunto, S. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Astuti, Anik R. dan Eka Sudarusman. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Natural Nusantara di Gunungkidul. *Jurnal Telaah Bisnis*, e-ISSN: 2541-6720; p-ISSN: 1411-6475. Vol. 20, No. 1. (Garuda).
- Azizan, N. Sakinah dan Maha Mohammed Yusr. 2019. The Influence of Customer Satisfaction, Brand Trust and Brand Image Towards Customer Loyalty. *International Journal of Entrepreneurship and Management Practices*, e-ISSN: 2600-8750, Vol. 2, No. 7. (J-Gate).
- Babu, M Naresh. 2014. The Impact of Celebrity Endorsement on Purchase Decision of Telecom Users- A case of Engineering Students. *Global Journal Advanced Research*. 289:305.
- Beauty. 2017. *Mengenal Sejarah Cushion, Inovasi di Dunia Make Up*. Diunduh tanggal 15 Januari 2021, <https://m.fimela.com/beauty/read/3775905/mengenal-sejarah-cushioninovasi-di-dunia-make-up>.
- Beauty. 2019. *Perjalanan Emina Selama 4 Tahun Mewarnai Industri Kecantikan Tanah Air*. Diunduh tanggal 15 Januari 2021, <https://journal.sociolla.com/beauty/perjalanan-emina-selama-4-tahun>.
- Beauty. 2021. *Melihat Perkembangan Industri Kosmetik di Indonesia Pasca Covid-19*. Diunduh Tanggal 25 Juli 2021, <https://www.fimela.com/beauty/read/4578615/melihat-perkembangan-industri-kosmetik-di-indonesia-pasca-covid-19>

- Berita Industri. 2016. *Industri Kosmetik Lokal Kesal Selalu Dianaktirikan*. Diunduh tanggal 15 Januari 2021, <https://kemenperin.go.id/artikel/14329/Industri-Kosmetik-Lokal-Kesal-Selalu-Dianaktirikan>.
- Berita Industri. 2018. *Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%*. Diunduh tanggal 15 Januari 2021, <https://kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20>.
- Damayanti, Ririn. 2021. Pengaruh Celebrity Endorser, Label Halal Terhadap Minat Beli dan Loyalitas Pelanggan dengan Citra Merek sebagai Variabel *Intervening* (Iklan Produk Kosmetik Sariayu). *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, e-ISSN: 2599-087X; p-ISSN: 2614-0365, Vol. 5, No. 1. (Garuda).
- Darma, Moh. Budi, *et. al.* 2018. Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, e-ISSN: 2597-4726. Vol. 2, No. 1.
- Dewi, Putu S. A, dan Suprapti, Ni W. S. 2018. Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Yang Dipengaruhi Oleh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek. *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan* Vol. 12, No. 2, Agustus 2018. e-ISSN: 2302-8890; p-ISSN: 1978-2853. Hlm: 95. (Sinta 2).
- Diputra, A. W. dan Ni NyomanKerti Yasa. 2021. The Influence of Product Quality, Brand Image, Brand Trust on Customer Satisfaction and Loyalty. *American International Journal of Business Management*, e-ISSN: 2379-106X . Vol. 4, No. 1. (DOAJ).
- Durmaz, Yakup, *et. al.* 2018. The Effect of Brand image and Brand Benefit on Customer Loyalty : The Case of Turkey. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, e-ISSN: 2222-6990. Vol. 8, No. 5.
- Endang Sulistya Rini dan Dina Widya Astuti, 2012. Pengaruh Agnes Monica sebagai Celebrity Endorser terhadap Pembentukan Brand Image Honda Vario. *Bisma : Jurnal Bisnis dan Manajemen*, e-ISSN: 2623-0879; p-ISSN: 1978-3108. Vol. 6, No. 1, Hlm: 1-12. (Sinta 4).
- Fesyen. 2019. *Konten Marketing Emina*. Diunduh tanggal 15 Januari 2021, <https://www.kompasiana.com/rucitaw/5cd0df936c329d32aa279fd9/konten-marketing-emina>.
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen : (Sikap dan Pemasaran)*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, Imam dan Latan, Hengky. 2015. *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan program SmartPLS 3.0 edisi 2*. Undip Semarang.

- Kasmir dan Jakfar. 2012. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Kiswalini, Annis dan Ketut Nurcahya. 2014. Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. ISSN: 2302-8912. (Garuda).
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary. 2016. *Prinsip – prinsip Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga .
- \_\_\_\_\_ dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: Erlangga .
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi Edisi ke-3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Munawar, F. 2015. Peran Celebrity Endorser Dalam Meningkatkan Minat Pembelian Terhadap Produk Top Coffee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Widyatama). Bandung.
- Osei-Frimpong, Kofi *et. al.*, 2019. The Impact of Celebrity Endorsement on Consumer Purchase Intention: An Emerging Market Perspective. *Journal of Marketing Theory and Practice*, e-ISSN: 1944-7175; p-ISSN: 1069-6679. Vol. 27, No. 1. (Thomson Reuters).
- Paragon Technology And Innovation. About Paragon. Diunduh tanggal 15 Januari 2021, [www.paragon-innovation.com](http://www.paragon-innovation.com).
- Rachmadini, Leonita. 2015. Pengaruh Citra Merek, Kemasan dan Iklan Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen Pada Produk Minuman Isotonik Mizone Di Surabaya. *Journal of Business and Banking*. e-ISSN: 2303-3460; p-ISSN: 2088-7841. Hlm: 17-18. (Sinta 3)
- Rahmawati, Nur, 2013. Pengaruh penggunaan Celebrity Endorser dalam iklan sabun mandi Lux terhadap perilaku konsumen di Kelurahan Sungai Dama Samarinda. e- *Journal Ilmu Komunikasi*. Vol. 1, No.1, Hlm: 362-373.
- Riadi, Edi. 2016. *Statistika Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai : Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Santoso, Eko B. dan Joko Samboro. 2017. Pengaruh Promosi Penjualan dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Adbis : Jurnal Administrasi dan Bisnis*. e-ISSN: 2715-0216; p-ISSN: 1978-726X, Vol. 11, No. 1, Juli 2017. Hlm: 7.
- Shimp, Terence. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan Dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.

- Sivesan, S, 2013. Impact of Celebrity Endorsement on Brand Equity in Cosmetic Product. *International Journal of Advanced Research in Management and Social Sciences*. e-ISSN: 2322-0899, Vol. 2, No. 4, Hlm: 1-11.
- Suastini, Ida Ayu K. S. dan Kastawan Mandala. 2019. Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*, e-ISSN: 2302-8912. Vol. 8, No. 1. (Sinta 5).
- Sudaryono, 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sung Ho, Lee. 2015. The Influence of Green Product Quality and Green Consumer Behavior on Customer Satisfaction and Customer Loyalty. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship* e-ISSN: 2671-9505; p-ISSN: 1975-7557. Vol. 10, No.6.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : CAPS.
- \_\_\_\_\_. 2015. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, Fandy. 2015. p387. *Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama, Yogyakarta : Andi.
- Wijayani, Tri dan Bono Prambudi. 2020. Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekobis : Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, e-ISSN: 2716-3830; p-ISSN: 2088-219X. Vol. 10 No. 2, Hlm: 206. (Sinta 4).
- Zohra Sabunwala, 2013. Impact of Celebrity Brand Endorsement on Brand Image and Product Purchases-A Study for Pune Region of India. *International Journal of Research in Business Management*. Vol. 1, No. 6, Hlm: 37-42.