

DAFTAR REFERENSI

- Alma, Buchari. (2018). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Armstrong, Kotler (2016) Marketing An Introduction, Edisi 13, USA: Perason Education
- Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta: RajaGrafindo (Rajawali Press)
- Hartati, Bella.(2021). Pengaruh Kualitas produk dan Harga terhadap keputusan pembelian Melalui Minat Beli Produk Cosmetics Jafra Pada PT. Jafra Cosmetics Indonesia. Kusdyah .(2012). Persepsi Harga , Persepsi Merek, Persepsi Nilai dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus erha Clinic Surabaya).
- Hestyani, A. D., & SRI, R. T. A. (2017). *Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen yang Menggunakan Masker Wajah Mustika Ratu di Kota Semarang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Ika Pratiwiningsih.(2018). Pengaruh *celebrity endorser* terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Brand Image*. universitas Negeri Semarang
- Khayah, Bintaya Zahriati .(2022) Pengaruh Kualitas produk dan Persepsi Nilai terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Daerah Cikarang Kabupaten bekasi). *Jurnal Parameter* Volume 7 no 1 Hal 141-154
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Lapriska, M., & Ela, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung, 1(1), 161–170.
- Matheos, M. I., Soepeno, D., & Raintung, M. C. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 973-983.
- Pradika, Nurul Dwi. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorsement*, Kualitas Produk m dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk *Ms Glow* (di Toko Asa Beatuy *Ms Glow* Semarang). *Jurnal Ilmiah Indonesia* Vol 7 no 1
- Rama Kertamukti, (2015), strategi Kreatif dalam Periklanan, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada)

- Revita, M. L. D. E., & AGTOVIAFRIMAYASA, A. K. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung.
- Rahmani, Riska Gusti.(2022).Pengaruh *Celebrity endorsement*, *Brand Image* dan *Brand trust* terhadap keputusan Pembelian. Jurnal ilmiah ekonomi dan bisnis.Vol 10 . no 4
- Robiah, Dinka wardah.(2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin. *Journal Of Management*. Volume 5 no 1
- Sangadji dan Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Edisi pertama. Yogyakarta : Andi.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). Consumer Behaviour (10th ed). New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Septiyani , Rizka.(2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Celebrity endorser dan iklan terhadap keputusan pembelian kosmetik harga. *Proceedings seminar nasional Indonesian*.
- Shimp, Terence A. 2010. *Integrated Marketing Communicatios in advertising adn promotion, 8thed*. China : South Western Cegage Learnings
- 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.
- Syafira, Dagma. (2022). Pengaruh *Celebrity endorser*, Citra Merek dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlet Whitening (studi kasus Pengguna Scarlett Whitening). Jurnal ekonomi & ekonomi Syariah Vol 5 no 2
- Sugiyono (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta
- Tjiptono, Fandy dan Chandra Gregorius, 2016. Service, Quality, dan Satisfaction, Yogyakarta: CV. Andi Offset