

DAFTAR PUSTAKA

- Admin. (2019). *Lowongan Kerja PT. Mandom Indonesia Tbk*. Lokermania.Com.
- Afifudin, G. R. T. dalam. (2013). *“Principles of Management”* (5 th Editi). Pearson.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Augusty, F. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (Edisi Keli). Universitas Diponegoro.
- Buchari, A. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Bungin, B. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Raja Grafindo.
- Cholifah, N., Suharyono, S., & Hidayat, K. (2016). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP BRAND IMAGE (Survei pada Konsumen Kosmetik Wardah di Counter Wardah Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 36(1), 170–177.
- Citra, Salam, A., & Nuryani, H. S. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian di Instagram (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa Angkatan Tahun 2016 sampai dengan Tahun 2018). *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 1–9. <https://jurnal.uts.ac.id/index.php/jmb/article/view/796>
- Daryanto. (2012). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. satu nusa.
- Fact Instagram*. (2019). Jasa All Sosmed.
- Fandy, T. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi ke-4). Penerbit Andi.
- Ferdinand. (2011). *Metode Penelitian Manajemen* (Edisi ke-3). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen : Sikap dan Pemasaran*. Penerbit Deepublish.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi Keli). Universitas Diponegoro.
- Hardiman. (2016). *400 Tems of Promotion and Advertisting Media*. Great Ideas.
- Heda, N. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan

- Pembelian Sampo (Studi Kasus pada Merek Clear). In *Skripsi*.
- Hestyani, A. D., & Astuti, S. R. T. (2017). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(2), 1–11.
- Kamil, M. (2010). *Model Pendidikan dan Pelatihan (Konsep dan Aplikasi)*. Alfabeta.
- Keller, K. (2012). *Principles of Marketing* (N. Jersey (Ed.)). Person Education Limited.
- Kotler, P. & G. A. (2014). *Principles of marketing* (New jersey: (Ed.); 15th editi). Pearson: Education,Inkc.
- Kotler, P. and K. L. K. (2016). *marketing management (15 th)*. Pearson Education,Inc.
- Kotler, P. dan G. A. (2013). *Principles of Marketing* (Global Edi). Pearson Education.
- Kotler, P. dan G. A. (2016). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Edisi 13 J). Erlangga.
- Laporan Keuangan PT. Mandom Indonesia Tbk 2016-2020*. (2020). Mandom.Co.Id.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi Keti). Salemba Empat.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Nuraini, A. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah Di Kota Semarangin *Ekp* (Vol. 13).
- Peraturan Pemerintah (PP) No. 14 Tahun 2015*. (2017). Peraturan.Bpk.Go.Id.
- Prof. Dr. Sofjan Assauri, M. B. A. (2017). *Manajaemen Pemasaran*. rajawali pers.
- Puteri, C. P. A. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Sabun Mandi Lifebuoy. *Director*, 15(40), 6–13.
- Rangkuti, F. (2014). *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Intergreted Marketing Communication*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Redaksi, Tim, A. W. Y. (2019). *Profil Pengguna Media Sosial di Indonesia*. Katadata.Co.Id.
- Renny Ambarsari. (2021). *Produk Paling banyak dibeli konsumen Harbolnas 2020*. Kompasiana.Com.
- Riduwan. (2010). *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru, Karyawan, dan Peneliti Pemula*. Alfabeta.

- Riduwan, dan E. A. K. (2017). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Alfabeta.
- Sangadji, E.M., dan S. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Penerbit Andi.
- Santoso, D. H. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*.
- Sanusi, A. dan. (2015). *Manajemen Strategi. Pemasaran* (C. Pustaka Setia (Ed.)).
- Saputra, O. A. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Citra Merek dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian* (Vol. 17, Issue 1, pp. 149–180).
- SAPUTRO, D. A. W. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Selebrity Endorser, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Wardah (Studi Kasus Konsumen Wardah Kab. Ponorogo)*.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. (edisi ke 8). Salemba Empat.
- Sofi, B. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh Brand Image*.
- Sosial Media: Advertisting Audience Profile*. (2021). Hootsuite.
- Sudrajat, M. S. dan. (2011). *Dasar-dasar Penelitian Ilmiah*. Pustaka Setia.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (19th editi). Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitaitaif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Statistik Untuk Penelitian.pdf*. [https://doi.org/10.1016/S0969-4765\(04\)00066-9](https://doi.org/10.1016/S0969-4765(04)00066-9)
- Suharno. (2010). *Marketing in Practice* (edisi pert). Penerbit Graha Ilmu.
- Tatik Suryani. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Graha Ilmu.
- Top Brand Index Perawatan Pribadi*. (2021). Topbrand-Award.Com.
- Ujang, S. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*

(Edisi Kedu). Ghalia Indonesia.

Umar, H. (2014). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Edisi ke-2).
rajawali pers.

Umi Narimawati, Jonathan Sarwono, Dadang Munandar, M. B. W. (2020). *Metode Penelitian dalam Implementasi Ragam Analisis* (R. I. Utami (Ed.); Edisi ke-1).
Penerbit Andi.

UU RI No 5. (1999). Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
Lembar Negara Indonesia, 46.

Wahyudi, S. T. (2017). *Statistika Ekonomi Konsep, Teori Dan Penerapan*. UB Press.

Wiratna, S. dan. (2012). *SPSS Untuk Paramedis*. Penerbit Gava Media.

Wiratna Sujarweni, V. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustaka Baru
Press.

Yusnita, M. (2010). *Pola Perilaku Konsumen dan Produsen* (Yuli (Ed.)). ALPRIN.

Google Formulir

<https://forms.gle/iq6b3H8GJP5mueRf8>

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScRbwgrnyxvHT0hlBvE_38oTYWMN4pf6Gd0gCxRvpKb1t327w/viewform?usp=sf_link

