

DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, Nadhril. 2020: Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Di Witel Telkom Depok. *Jurnal Manajemen*, Volume 12, No. 1, 32-39. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v4i2.1760>
- Aeni & Ratnasari. (2021). *Pengaruh Testimoni Dan Celebrity Endorser Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial*. *Jurnal Prosiding SNasPPM*. Vol. 5, No 2. Hal: 416-418. <https://doi.org/10.22225/JJ.4.1.203.38-57>
- Ahmad Febrianto, Kristina Sisilia. 2017. Pengaruh Citra Merek terhadap Proses Keputusan pembelian produk kosmetik Garnier Men di Kota Bandung, *Jurnal Faculty Of Communication and Business, Telkom University* Volume 4, Nomor 1, Halaman 863-868. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.5>
- Alfian Adi Permana, Zainul Arifin. 2018. Pengaruh citra merek dan kebijakan harga terhadap keputusan pembelian (survei pada pembeli dengan diskon di toko kosmetik izzul kota kediri Jawa Timur) *Jurnal Administrasi Bisnis* Volume 57, Nomor 1, Halaman 145. <https://doi.org/10.30741/wiga.v8i1.233>
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., Volkov, M., & Kotler, P. (2018). *Principles of Marketing*. Melbourne: Pearson Australia.
- Anas, A. A., & Sudarwanto, T. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Di Eiger Store Royal Plaza Surabaya*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. Vol. 8, No. 3. Hal: 953-958. <https://doi.org/10.32493/smk.v1i2.1808>
- Angelina Reres, Rotinsulu Jopie Jorie. 2015. The Effect The Price, Promotion, Location, Brand Image And Quality Product Towards The Purchase Decision Of Consumer At Gaoel Cosmetic Manado Town Square. *Jurnal Riset Ekonomi* Volume 2, Nomor 2, Halaman 592-604. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i4.26130>

- Ayu, M., Nurhajati, & Basalamah, M. R. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Lokal Erigo*. e-Jurnal Riset Manajemen. Vol. 11, No. 19. <https://doi.org/10.52643/jam.v11i2.1880>
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2022). *Jumlah Penduduk (Jiwa) 2020-2022*. <https://bandungkota.bps.go.id/>
- Bright, D. S., Cortes, A. H., Gardner, D. G., Hartmann, E., Lambert, J., Leduc, L. M., Leopold, J., Muldoon, J., O'Rourke, J. S., Parboteeah, K. P., Pierce, J. L., Reece, M., Shah, A., Terjesen, S., Weiss, J., & White, M. A. (2021). *Principles of Management*. Texas: OpenStax.
- Brunet, J., Colbert, F., Laporte, S., Legoux, R., Lussier, B., & Taboubi, S. (2018). *Marketing Manajement*. Montreal: Chenelière Éducation.
- Czinkota, M. R., Kotabe, M., Vrontis, D., & Shams, R. (2021). *Marketing Management, 4 Edition*. Gewerbestrasse: Springer Nature.
- Defri Mazuanda. 2017. Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan Pembelian Konsumen pada produk kosmetik Revlon (survei pada pengunjung Toko Mahmud Bandung). Skripsi(S1) thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas. <https://doi.org/10.24269/asset.v1i1.2555>.
- Dessy Amelia Fristiana. 2016. Pengaruh citra merek dan harga terhadap proses keputusan pembelian pada toko ramai kosmetik peterongan semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Volume 4, Nomor 3, Halaman 134. <https://doi.org/10.33373/bening.v6i1.1540>.
- Ekonomi dan Bisni, Fakultas., 2021., *Pedoman Skripsi*, Universitas Pasundan, Bandung.
- Fauziah, Ninda dan Mubarak, Dadan Abdul Aziz. 2019: Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli : Studi Pada Produk Kecantikan. *Journal Image*, Volume 8, No. 1, 37-44. <https://doi.org/10.37950/wbaj.v2i1.916>.
- Finthariasari, M., Ratnawili, & Halim, N. (2022). *Purchasing Decision Process: The Analysis Effect Of The Variable Celebrity Endorser*. *Jurnal Ekombis Review*, Vol. 10. No. 2. July 2022. Page: 661–672. <https://doi.org/10.26460/jm.v10i2.1407>.

Firmansyah, M. Anang., 2019., Pemasaran Produk Dan Merek (*Planning & Strategy*), CV. Penerbit Qiara Media, Surabaya.
<https://doi.org/10.35316/idarah.2020.v1i1.16-29>.

Fuad Asshiddieqi. 2013. Analisis pengaruh harga, desain produk dan citra merek terhadap proses keputusan pembelian (studi kasus pada produk kosmetik Nivea Man di Toko Luli Semarang). Undergraduate thesis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Volume 3, Nomor 2.
<https://doi.org/10.30596/edutech.v6i1.4391>.

Gaski, John F. 2019: A History of Brand Misdefinition–With Corresponding Implications for Mismeasurement and Incoherent Brand Theory. *Journal of Product & Brand Management*, Volume 29, No. 4, 517-530.

Ghosh, P. P. (2021). *Principles and Practices of Management*. New Delhi: University Science Press.

Grewal, D., & Levy, M. (2020). *Marketing*. New York: McGraw-Hill Education.

Hawari, U. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorser Arief Muhammad Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo (Studi Pada Mahasiswa UNTIDAR)*. *Jurnal Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*. Vol. 2, No. 6.
<https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.10450>.

Hillary, A. W. (2023). *Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Fashion pada Media Sosial Instagram*. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*. Vol. 1, No. 5. <https://doi.org/10.33373/dms.v7i2.1702>.

Hutahaean, W. S. (2018). *Dasar Manajemen*. Malang: Ahlimedia Press.

Kerin, R. A., & Hartley, S. W. (2022). *Marketing*. New York: McGraw-Hill Education.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing, Eighteenth Edition*. London: Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles of Marketing, Eight European Edition*. London: Pearson Education.

Kotler, P. dan Armstrong G., 2018., *Principles of Marketing*, 17 ed., Pearson Education Limited.

- Kurniawan, Ryan Feryana. 2021: Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Clothing* MOXIE INC Cabang Bandung. *Jurnal SINTESA* Volume 11, No. 1, 1-13. <https://doi.org/10.47663/jmbep.v6i2.65>.
- Krisnandi, H., Efendi, S., & Sugiono, E. (2019). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas UNAS. <https://doi.org/10.35137/jei.v22i2.584>.
- Lestari, Dwi Ari dan Nurhadi. 2021: Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Produk Kosmetik Wardah Di Surabaya Selatan. *Jurnal Menara Ekonomi*, Volume 7, No. 2, 22-30. <https://doi.org/10.33753/madani.v4i1.150>.
- Manullang, M. (2018). *Dasar-dasar Manajemen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Miati, Iis. 2020: Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurnal Abiwara*, Volume 1, No. 2, 71-83. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v4i2.1760>.
- Mogaji, Emmanuel., 2021., *Brand Management*, Springer Nature Switzerland AG, Gewerbestrasse.
- Muhammad Arslan. 2014. Impact of Brand Image and Service Quality on Consumer Purchase Intention: A Study of Retail Store in Pakistan. *Research on Humanities and Social Sciences*, Volume 4, Nomor 22, Halaman 98-106. <https://doi.org/10.22225/JJ.4.1.203.38-57>
- Mulyana, Mumuh. 2019: Strategi Promosi Dan Komunikasi. Materi Tutorial Online, 57-63.
- Nadiya, Farisa Hasna dan Wahyuningsih, Susanti. 2020: Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Fashion 3second* Di *Marketplace* (Studi Pada Mahasiswa Pengguna *Fashion 3second* Di Kota Semarang). *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, Volume 3, No. 1, 1096-1104. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v4i2.1760>
- Ningsih, T. S., & Putri, S. L. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Erigo Melalui Instagram)*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas* Vol. 22 No. 2. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.5>

- Prior, Daniel D., 2021., *Organisational Buying*, Springer Nature Switzerland AG, Gewerbestrasse.
- Purnamawati, I. A Pt. Santi., Putra, I Made Wianto., dan Wahyuni, Ni Made., 2022: *The Effect of Brand Image on Online Purchase Decision with Mediation Word of Mouth on Fashion Products in Denpasar-Bali Province*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Jagaditha, Volume 9, No. 1, 90-98. <https://doi.org/10.32493/smk.v1i2.1808>
- Puspitarini, Dinda Sekar dan Nuraeni, Reni. 2019: Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada *Happy Go Lucky House*). Jurnal Common, Volume 3, No. 1, 71-80. <https://doi.org/10.30741/wiga.v8i1.233>
- Rachmawati, Anita., Kana, Any Agus., dan Anggarini, Yunita. 2020: Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Hijab di Nadiraa Hijab Yogyakarta. Jurnal Ilmiah Mahasiswa, Volume 1, No. 2, 187-200. <https://doi.org/10.33373/bening.v6i1.1540>
- Rahab. 2019: Penerapan Manajemen Merek Pada Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm). Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE), Volume 16, No.1, 18 – 25. <https://doi.org/10.52643/jam.v11i2.1880>
- Repi, Oktavia Winny. dkk. 2020: Pengaruh Bauran Promosi, Kesadaran Merek Dan Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli Di Bukalapak Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. Jurnal EMBA, Volume 8, No. 4, 110-119. <https://doi.org/10.24269/asset.v1i1.2555>
- Rossi, Patricia., dan Krey, Nina., 2019., *Finding New Ways to Enga*
- Rossiter, J. R., & Smidts, A. (2022). *Print Advertising: Celebrity Presenters*. Journal of Business Research. Vol. 65, No. 6. Page: 874–879. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i4.26130>
- Rumondang, A., Sudirman, A., Sitorus, S., Kusuma, A. H. P., Manuhutu, M., Sudarso, A., Simarmata, J., Hasdiana, D., Tasnim, & Arif, N. F. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis. <https://doi.org/10.26460/jm.v10i2.1407>
- Safitri, Anisa Noer dan Basiya, Robertus. 2022: Pengaruh *Brand Image, Lifestyle*, dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian di Toko 3Second. *Journal of Management*, Volume 5, No. 2, 450-458. <https://doi.org/10.38156/psikowipa.v2i1.43>
- Sahir, Syafrida Hafni., 2021., *Metodologi Penelitian*, KBM Indonesia, Yogyakarta.

- Schiffmann, L. G., & Kanuk, L. L. (2019). *Consumer Behavior*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Schimmelpfennig, C. (2018). *Who is the Celebrity Endorser? A Content Analysis of Celebrity Endorsements*. *Journal of International Consumer Marketing*. Vol. 30, Issue 4. <https://doi.org/10.35316/idarrah.2020.v1i1.16-29>
- Shimp, T. A. (2018). *Advertising, Promotion, And Other Aspects Of Integrated, Marketing Communication*. Boston: Cengage.
- Sroka, W. (2020). *Perspectives on Consumer Behaviour*. Gewerbestrasse: Springer Nature.
- Suardhita, Nyoman. dkk. 2019: Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Merek Wardah. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Volume 3. No. 1, 11-20. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.4621.5441>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsono, Riyanto Setiawan dan Sari, Rini Purnama. 2019: Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab (Studi Pada AlifGaleri Hijab Sidoarjo). *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, Volume 1, No. 2, 41-54. <https://doi.org/10.30596/edutech.v6i1.4391>
- Supardi. dkk. 2021: Analisis Bauran Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Kampar. *Jurnal Menara Ilmu*, Volume 15, No. 01, 107-113. <https://doi.org/10.37950/wbaj.v2i1.916>
- Supomo & Nurhayati, E. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Yrama Widya.
- Terry, G. R. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen*. Terjemahan: Ticoalu. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Utama, Heidi Surya., Putri, Cintri Anjani Rahmada., dan Isabella., 2021: Pengaruh Citra Merek Terhadap Pembelian Produk *Fashion*. *Jurnal Untar*, Volume 1, No. 1, 575-584. <https://doi.org/10.35137/jei.v22i2.584>
- Yovita, Alma dan Dianita, Indria Angga. 2022: Strategi Promosi Virtual Event CBD Hair Institute Pitstop Virtual Learning. *e-Proceeding of Management*,

Volume 8, No. 6, 3781-3788. <https://doi.org/10.33753/madani.v4i1.150>

Zahra, R., & Rina, N. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoutfit Di Kota Bandung*. LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 6, No.1. Hal: 43-55. <https://doi.org/10.47663/jmbep.v6i2.65>

Zahra Nabilah, Rahmat Hidayat. 2017. The influence of Brand Image Purchasing Decision Garnier Cosmetic Product In Bandung City. Volume 3, Nomor 2 Halaman 324.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm, Seventh Edition*. New York: McGraw-Hill Education.