DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, M. (Manajemen Komunikais Periklanan). *2016*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.

Admin. (2008, Desember 3). *Unilever buka pabrik terbear se-Asia di Cikarang*. Retrieved September 6, 2017, from m.detik.com: http://m.detik.com/finance/berita-ekonomi-bisnis/d-1047098/Unilever-buka-pabrik-terbesar-se-asia-di-cikarang

Admin. (2010, Mei 25). *Potensi pasar pasar produk kecantikan di Indonesia*. Retrieved September 10, 2017, from Marketing.co.id: http://www.marketing.co.id/potensi-pasar-produk-kecantikan-di-Indonesia

Admin. (2016, Juni 7). *Pangsa pasar industri kosmetik di Indonesia 2010-2015*. Retrieved September 12, 2017, from cc-indonesia.com: http://cci-indonesia.com/2016/06/17/perkembangan-pasar-industri-kosmetik-di-indonesi-2010-2015

Admin. (2016). *Pangsa pasar kosmetik Indonesia*. Retrieved September 13, 2017, from Topbrand.com: http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey-result/top_brand_index_2016_fase2

Gusnadi, Alfian. (2011). Analisis Pengaruh Harga, Daya tarik, Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Prlanggan Kartu XL). *Skripsi Universitas Syarif Hiidayatulluh*.

Alkatiri Sulaihah, A. F. (2017). Pengaruh Daya Tarik dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Matahari Dapartemen Store Manado Town Square. *JUrnal EMBA Universitas Sam Ratulangi Manado*, vol. 5, No.2.

Amalia, L. (2017, Agustus 2). *Tren baru Dalam Pasar Kosmetik Indonesia Tahun 2017*. Retrieved September 6, 2017, from Sigma Research: https://Sigmaresearch.co.id Tren-dan-perilaku-pasar-kosmetik-industri-Indonesia-tahun-2017

Amelia, S. (2013, November 3). *Media Sosial Bisa Bikin Dagangan Laris Manis*. Retrieved September 13, 2017, from m.liputan6.com: http://m.liputan6.com

Annafik, F. A. (2012). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha (Studi kasus pada konsumen Yamaha SS cab. Kedingmadu Semarang). *Skripsi Universitas Diponegoro Semarang*.

Ardi, *et al*. (2016). Pengaruh Iklan Terhadap Gaya Hidup dan Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Iklan . *Universitas Jendral Soedirman*.

Arikunto. (2013). *Manajemen Penelitian.* Jakarta: Rineka Cipta.

Arora, Amishi., dan Khushbu, Sohu. (2013). Celebrity Endorsement, An Effective Marketing Tool. *International Journal of Academic Research*, 4(2), 27-32.

Ash-Shiddieq. (2014). Pengaruh Celebrity Endorser Valentino Rosi Terhadap Brand Image Sepda Motor Yamaha (Studi kasus Pada Mahasiswa Telkom Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom). *Jurnal Universitas Telkom*.

Assael, H. (1998). *Consumer Behavior And Marketing Action 6th edition.* New york: International Thomson Publishing.

Auragzeb,*et al.* (2017). Impact Celebrity Endorsement On Consumer Purchase Intention Evidence From Universitas Student of Karachi. *Journal of Marketing and Consumer Research*.

Azmi, F. (2017). Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Eskrim Magnum (Studi kasus pada mahasiswa program Diploma Institut Pertanian Bogor). *Universitas Institut Pertanian Bogor*.

Baheti, J. (2012). The Impact Of Advertising appeal On Consumer Buying Behavior. *International Journal of Research in Commerce*.

Basu, Swastha., dan Irawan. (2000). *Menajemen Pemasaran Modern Edisi 2.* Yogyakarta: Liberty.

Coulter, M. (2007). *Manajemen Edisi ke-8.* Jakarta: PT indeks.

Daryanto. (2011). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran.* Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.

Dewa, Ndaru. (2009). Analisisn Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli (Studi kasus di area Jakarta Pusat). *Thesis program studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang*.

Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen* . Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gholami Saeed., et al. (2016). Examination Of Factor Influencing On Enhacement Of Brand Equity With Emphasis On Advertising And sales promotion. *Jurnal of Current research on science*, (2): 320-326.

Ghozali. (2010). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program ABM SPSS 19.* Semarang: Universitas Deponegoro.

Harly, Gevin. Damayanti. (2014). Pengaruh Endorsement Fashion Bloger Terhadap Minat Beli Merek Lokal Pada Tahun 2013-2014 (Studi Kasus Pada Fashion Bloger Evita Nuh . *jurnal Manjemen Indonesia*.

Hendry, Simamora. (2000). *Basis Pengambilan Keputusan Bisnis.* Jakarta: Salemba Empat.

Hidayat. (2005). *Metode Penelitian.* Bandung: Maju Mundur.

Huang, Echo. (2002). Online Experience And Virtual Goods On Purchase Intention. *Internet Research*, vol.22 Issue: 3.

Indraswari, Mahadewi. & Komang. (2014). Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser dan Kewajaran Harga Terhadap Niat Beli Konsumen Wanita Produk Onlineshop Produk pakaian. *Jurnal Manajemen Universitas Udayana, Vol.3, No.4*.

Indrawan,Ruli. dan Poppy,Yuniawar. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Campuran untuk Manajemen, Pengembangan, dan Pendidikan.* Bandung: PT Refika Aditama.

Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dari BIsnis Konvegensi Teknologi Komunikasi dan Informasi.* Bandung: Refika Aditama.

Jewler, D. (2009). *Creative Stratefy in advertising.* USA: Thomsom Wadsworth.

Johnson, Lester., dan Robert. (2015). Celebrity Endorsement Self Brand Connection And Consumen-Based Brand Equity. *Journal Product and Brand Mangemen* .

Jonathan, Sarwono.(2007). *Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis Dengan SPSS.* Yogyakarta: Andi Offset.

Kamal,Shaista.et al.(2016). Influence Of Celebrity Endorsement On Consumer Purchase Intention . *Journal Business dan Management*.

Kasali, R. (1995). *"Manajemen Periklanan, Konsep, dan Aplikasinya di Indonesia" edisi 4.* Jakarta: PAV-Ekonom.

Kasali, R. (2007). *Manajemen Periklanan cetakan ke-5.* Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

Kotler, Philip. (2012). *Marketing Manajemen 13.* New Jersey: Prentice Hall Inc.

Kotler., &. Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Kotler., &. Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2.* Jakarta: Erlangga.

Lafferty, Goldsmith.,dan Newell. (2002). The Dual Creability Model:The Influence Of Corporate an intention. *Journal of marketing theory and prastice*.

Launa, et al. (2012). The Impact Of Advertising Appeals On Advertising Attitudes And Purchase Intention. *Journal Of Business Management*, 5 (21): 8446-8457.

Lee Monle., dan Carla Johnson. (2011). *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global.* Jakarta: Kencana Prenanda Media Grup.

Mahmud, M. (2012). *Cara-cara jitu berjualan dengan sentuhan kreatif.* Yogyakarta: Fash book.

Marketing, Plan. (2017, Oktober 02). *7 platform media sosial terbaik untuk promosi bisnis online*. Retrieved September 13, 2017, from trybisnis.com: http://www.trybisnis.com/2017/10/7/-platform-media-sosial-terbaik-untuk-bisnis

Morisan. (2007). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu.* Jakarta: Ramdina Prakasa.

Mubarok, et al. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Mahasiswa Relas reguler STIE INABA Bandung) . *Jurnal Indonesia*, 3(1):1-16.

Murti, Baskoro., dan Yohanes. (2014). Analisis Pengaruh Iklan Dan Celebrity Endorser Terhadap Citra Merek Dalam Meningkatkan Minat Beli Pada Produk Sepatu Olah Raga Adidas (Studi Pada Warga Kelurahan Banyumanik Kecamatan Banyumanik). *Jurnal Manajemen*, 3(3): 1-15.

Muslim, Indah. (2012). Pengaruh dimensi Celebrity Endorser Terhadap Citra Merek Studi Pada Iklan Mie Sedaap Versi Edwin Lau Pada Mahasiswa Ilmu Rumpun Kesehatan Universitas Indonesia. *Repository Universitas Indonesia*.

Nelson, Okorie. (2012). Multiple uses of celebrities in brand promotion experiental investigation . *Journal of Communication*, vol. VII, No. 2: 51-58.

Neokala. (2014). *Metode Penelitian Statistik.* Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nuraini, Alifiyah. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah di Kota Semarang. *Skripsi Univeritas Sata Dharma*.

Pontoh, Y. (2016). Pengaruh celebrity endorser (Pevita Pearce) terhadap minat beli konsumen pada produk garnier BB cream di Fakultas ekonomi & Bisnis Universitas Lampung. *Skripsi Universitas Lampung*.

Prabowo, Yuniar. (2014). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli (Studi Pada Pengunjung 3 Second Store di Jalan Soekarno Hatta Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis* , vol.14 No. 2.

Pratiwi, Andi. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Pengguna Media Sosial Instagram (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi) . *Skripsi Universitas Alauddin Makasar*.

Pratiwi, W. (2017, Februari 9). *Studi Pemasaran Produk Kosmetik 2017*. Retrieved September 9, 2017, from id-Linkedin.com: http://id.Linkedin.com/pulse/studi-pemasaran-produk-kosmetik-2017

Priandaru, Fauzi. (2012). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Konsumen Yang Dimediasi Oleh Sikap Beli (Studi Pasus pada Konsumen Sepeda Motor Metik Yamaha Mio di Yamaha Mataram Sakti Purworejo) Universitas Negeri Yogyakarta. *Skripsi Univeristas Negeri Yogyakarta*.

Rahmat. (2013). *Statistika Penelitian.* Bandung: Pustaka Setia.

Riduwan. (2015). *Dasar-Dasar Statistika.* Bandung: Alfabeta.

Riduwan. & Kuncoro. (2011). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analisis (Analisis Jalur).* Bandung: Alfabeta

Riyanto. (2008). *Dasar Dasar Pembelanjaan Perusahaan.* Yogyakarta: Penerbit GPEEM

Rodriguez D., Andrade. (2008). *Ikon Budaya Konsumtif.* Yogyakarta: Relief.

Rodriguez, K. (2008). Apparel Brand Endorser And Their Effects On Purchase Intention : Study of Philippine Consumer International MBA (IMBA). *National Cheng kung University, Taiwan*.

Sabunwala, Zahra. (2013). Impact of Celebrity Brand Endorsement Brand Image And Product A Study For Pune Regional Of India. *Journal of Research in Business Managemen*.

Sarjono., dan Julianita. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar Untuk Riset* . Jakarta: Salemba.

Savitri, Nyoman. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser dan Iklan Melalui media Televisi Terhadap Binat beli Pada Tokopedia di Denpasar. *E-Jurnal Unud*, 3(8) : 4214-4239.

Schiffman, Kanuk.(2010). *Consumen behavior edisi 7.* Jakarta: Pearson .

Schiffman, Leon G., dan Kanuk. (2010). *Consumen Behavior 10/E.* Boston: Pearson.

Shimp. (2003). *Periklanan Promosi.* Jakarta: Erlangga.

Situmeang, Ilona., dan Oisina. (2013). Pengaruh Daya Tarik Iklan Televisi Toko Bagus Terhadap Minat Beli (Survey Pada Wanita Kompek Citra Grand Cluster Central Garden, Cibubur). *Jurnal Komunikasi*, 10(1) : 1-8.

Soesatyo Natalia., Leonid, Julivan. (2013). Analisa Credibility Celebrity Endorser Model: Sikap Audience Terhadap Iklan dan Merek Serta Pengaruhnya Pada Minat Beli"TOP COFFE". *Jurnal Manajemen*, 1(2): 1-12.

Stephanie Elizabeth., Leonid, Julivan.,Yohanes. (2013). Analisis Pengaruh Rio Dewanto & Donita Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk AXE ANARCHY Dengan Daya Tarik Iklan Dan Efek Iklan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, vol.1, No.2.

Sugiono. (2011). *Statistika Untuk Penelitian.* Bandung: Alfabeta.

Sugiono. (2012). *Memahami Penelitian Kuantitatif & Kualitatif* . Bandung: Alfabeta.

Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis.* Bandung: Alfabeta.

Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methode).* Bandung: Alfabeta.

Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dam R&D.* Bandung: alfabeta.

Suharto., et al. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen PT. Remaja Jaya Mobilindo Manado. *Jurnal EMBA*, 4 (3): 209-221.

Sumarwan, Ujang. (2013). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran.* Bogor: Graha Indonesia .

Sunyoto. (2011). *Riset Bisnis Dengan Analisis Jalur SPSS.* Yogyakarta: Gaya Media.

Sunyoto. (2012). *Model Analisis Jalur Untuk Riset Ekonomi.* Bandung: YRAMA.

Sunyoto, M. (2007). *Marketing Strategy.* Yogyakarta: Gava Media.

Supardi. (2013). *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian Konsep Statistika Yang Lebih Komprehensif.* Jakarta: Change Publication.

Suryani, Taktik. (2013). *Perilaku konsumen di era internet.* Yogyakarta: Graha ilmu.

Sutriyanto. (2016, Juni 16). *Industri kosmetik Indonesia Serap 675ribu Tenaga Kerja*. Retrieved September 10, 2017, from tribunnews: http://m.tribunnews.com/amp/bisnis/2016/06/16/industri-kosmetik-di-indonesia-serap-675ribu-tenaga kerja

Suyanto, M. (2007). *Marketing strategy: Top Brand Indonesia.* Yogyakarta: ANDI.

Terence, S. (2003). *Periklanan & aspek tambah komunikasi pemasaran terpadu, jilid 1 (edisi 5).* Jakarta: Erlangga.

Veronika. (2015). Pengaruh Iklan Dan Irand image Terhadap Minat Beli, Dengan Brand Image Sebagai Variable Intervening (Studi Kasus Calon Konsumen Shampoo Dove Dipusat Perbelanjaan: Gardena Department Store & Supermarket Yogyakarta. S*kripsi Universitas Santa Dharma Yogyakarta*.

Wang, Cheng. (2012). Effect of Celebrity Endorsement On Consumer Purchase Intentiom: Advertising Effect And Advertising Appeal As Mediator Human Factor and Ergonomics In Marketing & Service Industries.

Wells, William. et al. (2006). *Advertising Principles And Practise.* New Jersey: Pearson education.

Widyatama, R. (2008). *Pengantar Periklanan.* Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.

Wijaya, Peter. (2015). Pengaruh pesan iklan, keterlibatan iklan, kredibilitas, dan kecocokan endorser pada minat beli melalui sikap konsumen. *Jurnal bisnis*, 19(1): 36-55.