

DAFTAR PUSTAKA

- A.S, M. (2001). *Psikologi Industri dan Organisasi* (UI (Ed.)).
- Abdi, C. F. (2015). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Untuk Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Bandar Lampung*.
- Amstrong, G. & P. K. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Prenhalindo.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka cipta.
- Azwar, S. (2013). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Boyd, Walker, L. (1997). *Manajemen Pemasaran* (I. Nurmawan (Ed.); dua). Erlangga.
- Engel, D. (n.d.). *Perilaku Konsumen*. Bina Rupa Aksara.
- Hamdani, L. dan. (2006). *Manajemen Pemasaran jasa* (2nd ed.). Salemba Empat.
- Ikhsan, dkk. (2014). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada pengguna LINE di Asia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 12(1), 1–10.
- Indah, P. (2020). *Pengaruh Promosi Online Dan Endorserment Selebgram Terhadap Minat Beli Konsumen*. STEI Hamfara Yogyakarta.
- John C. Mowen, M. M. (n.d.). *Perilaku Konsumen* (Jilid 1). In 2002 (1st ed.). Erlangga.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran* (2nd ed.). PT Prenhallindo.
- Lea-Greenwood, G. (2016). *Fashion Marketing Communications Ebook*. Wiley.
- Majelis Ulama Indonesia (MUI) Nomor 23 Tahun 2013 tentang Standar*

kehalalan Produk Kosmetik atau skincare. (n.d.).

Martono, N. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT. Rajagrafindo Persada.

Philip, K. (2009). *Manajemen Pemasaran I* (13th ed.). Erlangga.

Philip, K. (2013). *Manajemen Pemasaran* (2nd ed.). Erlangga.

Prawira, R. Y. (2015). *Hubungan Karakteristik Brand Ambassador Honda Spacy Helm-In dengan Tahapan Keputusan Pembelian Konsumen*. Universitas Padjajaran.

Purbarani, V. H. (2013). *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Semarang*. Universitas Diponegoro.

Rostamailis. (2005). *Perawatan Badan, Kulit dan Rambut*. Rineka Cipta.

Royan, F. M. (2005). *Marketing Celebrities* (2nd ed.). PT. Elex Media Komputindo.

Saputra, Arifin, R. dan H. (2018). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen E-Commerce Melalui Shopee (Studi Pada Mahasiswa Unisma). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 2(1), 102–115.

Soemanegara, J. hon E. K. dan R. D. (2017). *Marketing Communication*. Alfabeta.

Song, Guan Feng & Chaipoopiratana, S. (2008). *A Study Of Chinese advertising Practitioner On the Selection of Celebrity Endorser's*. 15(2).

Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. C.V Andi Offset.

- Sumarsono, S. (2004). *Metode Riset Sumber Daya Manusia*. Graham Ilmu.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Tellis, G. J. (1998). *Advertising and Sales Promotion Strategy*. Wesley Educational Publisher.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.
- Widiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. IN MEDIA.
- Wijaya, I. V. A. (2015). *Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) dan Lokasi terhadap Minat beli konsumen (Studi Kasus pada Distro Koffin Store di Yogyakarta)*. Universitas Sanata Dharma.
- Yusiana, Rennyta dan Maulida, R. (2015). *Pengaruh Gita Gutawa Sebagai Brand Ambassador Pond's Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Telkom Jurusan D3 Manajemen Pemasaran)*. 3(1), 311–316.
- Zainal Nuddin Abidin Harahap dan Lina Asmarawati. (2017). *Pemasaran Hasil Perikanan*. UB Press.