

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian. Cetakan Kedua belas. Edisi Revisi V*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2011). *Sikap manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Bungin, Burhan. 2010. *Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenama Media Group
- Creswell, Jhon W. 2013. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rakhmat, Jalaludin. 1986. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosadakarya.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Morissan. 2010. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group Royan.
- Mowen, J dan Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Natali. 2008. *Perspektif Manajemen dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Royan Frans, M. 2005. *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sangadji, Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktik disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Schiffman & Kanuk. 1997. *Consumer Behaviour*. International Edition. Jakarta : PT Indeks.

- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran.Terpadu Jilid I ( edisi 5)*, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Simamora, Bilson. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survey*. LP3ES: Jakarta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sulaksana. Uyung. 2007. *Integreted Marketing Communication: Teks dan Kasus*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Suyanto, M. 2005. *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: ANDI.
- Widyatama, Rendra. 2011. *Teknik Menulis Naskah Iklan*. Yogyakarta: Cakrawala.

#### **JURNAL DAN SUMBER INTERNET**

- Asni, Tri Utami. 2018. *Pengaruh Tingkat Terpaan Iklan Televisi dan Tingkat Pengetahuan Produk Terhadap Minat Beli Konsumen*. Yogyakarta: Skripsi Ilmu Komunikasi UMY.
- Brona, Lenyka. 2017. *Pengaruh Kredibilitas Endroser Pada Iklan Smartphone Advan Versi Barcelona Terhadap Minat Beli Fans Club Barcelona di Yogyakarta*. Yogyakarta: Skripsi Ilmu Komunikasi UMY
- Dini. 2013. Dewi Sandra, Duta Kosmetik Muslimah. Diakses dari <http://lifestyle.kompas.com/read/2013/04/25/1313261/Dewi.Sandra..Duta.Kosmetik.Muslimah>, pada tanggal 18 Oktober 2017, pukul 21.11 WIB.
- Desfani, Riska. 2014. *Kredibilitas Guru di TK AL-Mizan dalam Kegiatan Storytelling*. Bandung: Universitas Islam Bandung.
- Ferrinadewi, Erna. 2005. *Atribut Produk yang Dipertimbangkan Dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya Pada Kepuasan Konsumen di Surabaya*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol 7, No. 2.

- Gita, Devi dan Setyorini. 2016. *Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Image Perusahaan Online Zalora.co.id*. Bandung: Skripsi Fakultas Komunikasi Bisnis Universitas Telkom.
- Gupta, Ruchi. Nawar Kishor dkk. 2017. *Construction And Validation Of A Five-Dimensional Celebrity Endorsement Scale: Introducing The Pater Model*. Diakses dari <http://www.eajournals.org/wp-content/uploads/Construction-and-Validation-of-a-Five-Dimensional-Celebrity-Endorsement-Scale-Introducing-the-Pater-Model.pdf>, pada tanggal 24 Desember 2018, pukul 21.10 WIB.
- Jennifer Adji dan Hatane Samuel. 2014. *Pengaruh Satisfication dan Trust Terhadap Minat Beli Konsumen di Starbucks The Square Surabaya*. Surabaya: Jurnal Manajemen Pemasaran Petra.
- Kementreirian Perindustrian. 2016. Indonesia Lahan Subur Industri Kosmetik. Diakses dari [kemenperin.go.id/artikel/5897/Indonesia-Lahan-Subur-Industri-Kosmetik](http://kemenperin.go.id/artikel/5897/Indonesia-Lahan-Subur-Industri-Kosmetik), pada tanggal 8 Oktober 2017, pukul 17.44 WIB.
- Laksmi, Ayu Aditya dkk. 2016. *Pengaruh Elektronik Word of Mouth (eWoM) Terhadap Minat Beli Followers Instagram Pada Warunk Upnormal*. Bandung: Jurnal Administrasi Bisnis Univeristas Telkom.
- Leonardo, Gorda. 2013. *Pengaruh Kredibilitas Celebrity sebagai Model Iklan Terhadap Niat Pembeli: Studi Kasus Agnes Monica, Dian Sastro, Dedy Mizwar dan Komeng*. Jakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Lolasary, Femia. 2016. *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Fashion Yang Diiklankan Melalui Twitter (Studi pada Mahasiswi Program Studi Administrasi Bisnis FISIP UPN Veteran Yogyakarta angkatan 2012-2015 yang menggunakan Twitter)*. Yogyakarta: Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas UPN Veteran Yogyakarta.
- Markplus, Inc. 2012. *Halal and Herbal – The Two Emerging Buzzword in Indonesia's Cosmetics Market*. Diakses dari <http://www.markplusinc.com/halal-and-herbal-the-two-emerging-buzzwords-in-indonesias-cosmetics-market/>, pada 19 Oktober 2019, pukul 15.34 WIB.
- Pontoh, Yusan Gamaro. 2016. *Pengaruh Celebrity Endorser Pevita Pearce Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Garnier BB Cream di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung*. Lampung: Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
- Putra, Muhammad Iksan dkk. 2014. *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey*

- Pada Pengguna LINE Di Asia*). Malang: Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
- Prakoso, Bimo Anugerah. 2017. *Analisa Strategi Pemasaran Produk Kosmetik Wardah dengan Pendekatan SWOT AHP (Analytic Hierarchy Process)*. Surabaya: Skripsi Jurusan Manajemen Bisnis ITS.
- Pratiwi, Andi Lina. 2016. *Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Pengguna Media Sosial Instagram (Studi pada mahasiswa Dakwah dan Komunikasi)*. Makassar: Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Alauddin Makassar.
- Respati, Wahyu Dian. 2017. *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Lipstik Wardah (Status Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember)*. Jember: Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
- Sasmito, Winengku. 2017. *Pengaruh eWOM Terhadap Minat Beli Smartphone Samsung Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Mediator*. Yogyakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Samsihat, Dhewwy Herna. 2012. *Analisis Korelasi Kredibilitas Booker (Manager talent) Terhadap Sikap Klien*. Jakarta: Universitas Bina Nusantara.
- Sarashadi, Ginsan dan Amina Sukma Dewi. 2018. *Pengaruh Penggunaan Vloger Endorser Pada Iklan Dalam Membentuk Minat Beli Konsumen*. Surakarta: Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.
- Setyowati, Mei. 2016. *Analisis Strategi Promosi Sebagai Upaya Pengenalan Wardah Beauty House Bogor*. Diakses dari <https://studylid.com/doc/599444/analisis-strategi-promosi-sebagai-upaya-pengenalan-wardah>, Pada tanggal 13 November 2018, Pukul 15.16 WIB.
- Rizaldi. 2017. *Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Cosmetics Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Negeri Islam Hidayatullah Jakarta)*. Diakses dari [repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/.../1/AJIE%20RIZALDI-FITK.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/.../1/AJIE%20RIZALDI-FITK.pdf). Pada 12 Maret 2019, Pukul 18.00 WIB.
- Widyawati, Intan Belly. 2014. *Pengaruh Celebrity Endorser Anggun C Sasmi Terhadap Minat Beli Konsumen Shampo Pantene (Studi Pada Masyarakat Semarang Barat)*. Semarang: Skripsi Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Dian Nuswantoro.

Website PT. Paragon Technology Inovation. 2019. *About Paragon*. Diakses dari <https://www.paragon-innovation.com/about-paragon>. Diakses pada 12 Maret 2019 Pukul 12.34 WIB

Website Wardah. 2019. *Inspiring Women*. Diakses dari <https://www.wardahbeauty.com/inspiring-women>. Pada pada 12 Maret 2019 pukul 13.45 WIB.