

DAFTAR PUSTAKA

- Asman, Nasir (2020). *Studi Kelayakan Bisnis (Pedoman Memulai Bisnis Era Revolusi Industri 4.0) Cetakan Pertama*. Jawa Barat: CV. Adanu Abimata.
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. (R. H. M. Meutia (ed.); Cetakan Pe). Deepublish.
- Ardiansyah, H. & Maria, J. (2020). Pengaruh Online Consumer Review dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Marketplace Shopee. *Jurnal.upynk.ac.id* 99-116.
- Campbell, C., & Farrell, J. R. (2020). More than meets the eye: The functional components underlying influencer marketing. *Business Horizons* 63 (4), 469-479.
- Chalil, R. D. et al. (2020). *Brand, Islamic Branding, & Re-Branding (1st ed)*. Depok: Rajawali Pers.
- Dona, R. R. ., Hildayanti , S. K. ., & Lazuardi , S. (2022). The Influence of Celebrity Endorser and Brand Image on Purchase Decisions of Wardah Cosmetics Consumers in Palembang City. *international Journal of Marketing & Human Resource Research* 252-259
- Djarmiko, T., & Pradana R. (2016). *Brand Image and Product Price; Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 221–227.
- Ernesto, Lena, & Yuliasti. (2021) Product Quality and Brand Image Towards Customers Satisfaction Through Purchase Decision Of Wardah Cosmetic Product In Surabaya *Journal of Entrepreneurship & Business* 57-67.

- Farisa, H. & Susanti, W. (2020). 1096 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* 1097-1101.
- Ferrina dewi, E. (2019) *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fandy Tjiptono, & Gregorius Chandra.(2017). *Pemasaran Strategik Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- Firmansyah, M., A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Girsang, C. N. (2020). "Pemanfaatan Micro-Influencer pada Media Sosial sebagai Strategi Public Relations di Era Digital. Ultimacomm:." *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Hamdan, Intan, & Hesti. (2022). *Teori Marketing*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja,A. (2018). "Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur)." *Jurnal Eksekutif*, 15(1)
- Haerunnisa, Z. N. (2019). Beauty Influencer Di Instagram Terhadap Gaya Hidup Mahasiswi Universitas Islam Makassar. *Jurnal Komunikasi Dan Organisasi* 1(2), 46–54 .
- Johansen, I. K., Guldvik, C. S., Supervisor, G., & Hem, L. E. (2017).Influencer Marketing and Purchase Intentions. Master Thesis in Marketing and Brand Management.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: PT Indeks
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2018. *Principles of Marketing (17th ed.)*. United Kingdom: Pearson
- Kotler, P., & Keller, K. L.(2021). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Budi Utama
- Muslih, Irfan, & Kiky. (2021).The Influence of Celebrity Endorser And Product Quality On Purchase Decisions Through Brand Image As Intervening Variables In "WARDAH" Cosmetics. *jurnal.umsu.ac.id* 412-430.
- Mothersbaugh, D. L., & Kleiser, S.B. (2020). "Consumer Behavior Building Marketing Strategy ." *In McGraw-Hill* 192-195.
- Maria, F., Herlina, D., & Hamsal. (2019). The Impact of a Digital Influencer to the Purchase Decision. *Journal of Proceedings Series* 220-223.
- Nainggolan, Nana, T. (2020). *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada E- Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen University." *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1) 43-53.
- Nurmalasari, D., & Istiyanto, B.(2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Merek Wardah di Kota Surakarta.« *Jurnal Sinar Manajemen* 8(1), 42-49. .

- Pratiwi, M., & Patrikha, F. (2021). Pengaruh Gaya hidup, Harga dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Sei'i Sapiku Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 9(3), 1417-1427
- Rosa, L. & Suci, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah PT Paragon Tehnology and Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 59-70.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RD*. Bandung: Alfabeta.
- Shafira, R. & Osly, U. (2021). Influence of Brand Ambassador BTS, Brand Image, and Product Quality on Tokopedia E-Commerce Purchase Decision. 2-20.
- Suasapha, A. H. (2020). "Skala Likert Untuk Penelitian Pariwisata; Beberapa Catatan Untuk Menyusunnya Dengan Baik,." *Jurnal Kepariwisata* 19(1), 26–37.
- Sutiyono. R., & Brata. H. (2020). " The Effect of Prices, Brand Images, and After Sales Service Reinforced Bar Steel Products on Consumer Purchasing Decisions of PT. Krakatau Wajatama Osaka Steel." *Dinasti International Journal of Education Management and So* 1(6), 945–967.
- Sinulingga, Nora, A., & Hengki, T. (2021). *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*. Sumatera Utara: IOCS Publisher.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. . Yogyakarta: Andi.
- Yusuf, A. (2021). " The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase Decision on Oppo Smartphone Products in South Tangerang City." *Budapest International Research and Critics Institute- Journal* 472–481.