

DAFTAR PUSTAKA

- Alunat, Shindi Kurnia. (2016). *Pengaruh Endorsement terhadap Sikap dan Minat Beli Produk Kosmetik pada Online Shop dengan Media Sosial Instagram*. Skripsi Sarjana Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika Universitas Telkom
- Businessnewsdaily. (2011, April 19). *Need A Product Endorsement? Look To Bloggers not Celebrities*. Tersedia: <http://businessnewsdaily.com> [22 September 2016]
- Butar Butar, Dosmauli Kemala Margareth. (2015). *Pengaruh Hollywood Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Sepatu Brand Adidas (Studi Kasus Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2012)*. Sarjana Administrasi Bisnis Universitas Telkom
- Chen,Liwei. (2014). *The influence of social media on consumer behavior (An empirical study on factors influencing consumer purchase intention in China under the social media context*. No 411491
- Chi, Dr. Hsinkuang. Yeh, Huery Ren and Tsai, Yi Ching. (2011). *The Influence of Perceived Value on Consumer Purchase Intention: The Moderating Effect of Advertising Endorser*. Vol 6, No 1,
- Cnnindonesia. (2016, Juni 16). *Industri Kosmetik Unjuk Gigi Di Beauty Indonesia*. Tersedia: <http://cnnindonesia.com> [16 Juni 2016]
- Damanik, Tiffany Belinda J dan Madiawati, Putu Nina Madiawati. (2015). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Kosmetik (Studi Kasus Pada: Kosmetik Wardah)*. Skripsi Sarjana Administrasi Bisnis Universitas Telkom
- Daryanto. (2011). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: Satu Nusa.
- Duniaindustri. (2015, Desember 11). *Pasar Industri Kosmetik Diestimasi Tumbuh 9% Jadi Rp. 64,3 Triliun*. Tersedia: <http://duniaindustri.com> [11 Desember 2015]

- Hansudoh, Steven Agustinus. (2012). Pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap *Purchase Intention* melalui *Perceived Value* pada Produk Top Coffee Di Surabaya. Akses: Jurnal Mahasiswa Manajemen, Vol 1, No 5
- Harly, Gevin Sepria dan Octavia, Damayanti (2014). *Pengaruh Endorsement Fashion Blogger Terhadap Minat Beli Merek Lokal Pada Tahun 2013-2014*. Akses: E-Jurnal, Vol 14, No 2, Agustus 2014
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Kertamukti, Rama. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kemenperin. (2016, Agustus 10). *Indonesia Lahan Subur Industri Kosmetik*. Tersedia: <http://kemenperin.go.id> [10 Agustus 2016]
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2013). *Marketing manajemen 14th edition*. New Jersey : Pearson Education, Inc.
- Machfoedz, Mahmud. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Majalahreviewweekly. (2015, Oktober 21). *Kosmetik Tak Ada Matinya*. Tersedia: <http://majalahreviewweekly.com> [21 Oktober 2015]
- Mix. (2015, Mei 2015). *Kuartal I 2015, Kosmetik Tumbuh 8%*. Tersedia: <http://mix.co.id> [15 Mei 2015]
- Muthohar, Muchsin. (2013). *Pengaruh Endorser Ulama Terhadap Minat Beli Konsumen*. Sarjana Ekonomi dan Manajemen Universitas Islam Indonesia
- Noor, Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Pratiwi, Indri. (2015). *Pengaruh Celebrity Endorser Maudy Ayunda Terhadap Minat Beli Produk Teh Javana (Studi Pada Masyarakat Kota Bandung)*. Skripsi Sarjana Administrasi Bisnis Universitas Telkom
- Print.kompas (2016, Juni 7). *Rimba Kosmetik di Era Digital*. Tersedia: <http://print.kompas.com> [7 Juni 2016]
- Pryatno, Duwi. (2012). *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Riduwan dan Kuncoro, Engkos Achmad. (2012). *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Rochmania, Lidia dan Prabowo, Fajar Siddiq Adi. (2016). Pengaruh *Celebrity Endorsement* Pada Instagram Terhadap Minat Beli Produk Mode Lokal.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen dan Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Sekaran, Uma. (2011). *Metodolgi Penelitian untuk Bisnis (Buku satu, Edisi Empat)*. Jakarta: Salemba Empat
- Sertoglu, Aysegul Ermec. (2014). *The Effect of Endorser Credibility on The Consumer's Buying Intentions: An Impirical Study in Turkey*.
- Sivean, S. (2013). *Impact of Celebrity Endorsement on Brand Equity in Cosmetic Product*. Vol 2, No 4
- Sugiarto, Sunny Y. (2012). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Mie Sedaap (Studi Kasus Pada Iklan Mie Sedaap dengan Celebrity Endorser Edwin Lau)*.:Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol. 9, No. 17
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Swa. (2015, Januari 30). *Endorser Tidak Harus dari Dunia Hiburan*. Tersedia: <http://swa.co.id> [22 September 2016]
- Tekno.liputan6. (2014, Agustus 17). *5 Blogger Cantik Indonesia yang Meninspirasi*. Tersedia: <http://tekno.liputan6.com> [17 Agustus 2014]
- Wijaya, Tony. (2013). *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Wolipop.detik. (2016, Juni 16). *Produk Kosmetik Lokal, Industri Andalan Di Indonesia*. Tersedia: <http://wolipop.detik.com> [16 Juni 2016]
- Yuri, Ardiyanto. (2013). *Pengaruh Penggunaan Brand Endorser Terhadap Minat Beli Produk Wardah Oleh Mahasiswa Di Yogya*. Sarjana Ekonomi dan Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta

Zafar, Qurat Ul-Ain and Rafique, Mahira. (2012). *Impact of Celebrity Advertisement on Customers Brand Perception And Purchase Intention*. Vol 1, No 11, Hal 53-57