

DAFTAR PUSTAKA

- (no name.). Retrieved Maret 27, 2018, from fashion beauty baru dibuka di indonesia produk kosmetik korea ini diserbu pengunjung: <https://halallifestyle.id/fashion-beauty/baru-dibuka-di-indonesia-produk-kosmetik-korea-ini-diserbu-pengunjung>
- Amelya, R. H. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser Velove Vexia terhadap Minat Beli Shampoo Tresemme. *e-Proceeding of Management Vol.4, No.1*, 801.
- Bachriansyah, A. R. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Ponsel Nokia (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Semarang). *Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro*, 33.
- Bungin, B. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia.
- Febryanti, S. R. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian melalui minat beli. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol.5, No.5*, 1-18.
- Ferdinand, A. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Estensi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Fitriana, D. (Universitas Diponegoro). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kewajaran Harga dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Produk Oriflame). *Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis*.
- gleefulady. (2018, Maret 25). *7 Produk Nature Republic Ini Bisa Buat Kulit Kamu Lebih Mulus dan Cerah. Yuk Intip!* Retrieved Maret 27, 2018, from Spice: <https://spiceee.net/id/articles/43028>
- Handoko, H. T. (2002). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPF.

- Hansen, R. d., & Mowen, M. M. (1997). *Management Accounting*. Cincinnati, Ohio: South-Western Publishing Co.
- Hollows, J. (2000). *Feminisme, Feminitas dan Budaya Populer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Lestari, H. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Konsumen Innisfree Di Indoseia dan China). *Jurnal Administrasi Bisnis Vol.66, No.1*, 67 - 78.
- Nuraini, A. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek pada Kosmetik Wardah di Kota Semarang. *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang*, 26.
- Republic, N. (n.d.). *Journey to Nature*. Retrieved Maret 16, 2018, from Nature Republic: <http://www.naturerepublic.com/global/en/brand/brandStory#a>
- Rizkie, N. D. (2002). Penggemar Setia Sheila On 7 (Studi tentang Fanatisme dan Pengidolaan Public Figure. *Skripsi S1 Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Gadjah Mada*, 37.
- Shimp, A. T. (2003). Periklanan dan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. In R. Sahrial, & D. Anikasari, *Periklanan dan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, A. T. (2010). *Advertising, Promotion & Other Aspect of Integrated Marketing Communication*. South-Western: Cengage Learning.
- Song, F. G., & Sirion, C. (2008). A Study of Chinese Advertising Practitioner's Perspectives on the Selection of Celebrity Endorsers. *Journal of Business and Behavioral Sciences Volume 19, No. 1.*, 118.
- Sukmadinata, S. N. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Thamrin. (2003). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.

