



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggreani, D. P., Kumadji, S., & Sunarti. (2016). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37(1).
- Arumsari, N. R. (2018). Pengaruh atribut produk, brand ambassador, label halal, dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah (studi pada konsumen wardah di kudu). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen ,Universitas Muria Kudus.
- Astari, L. (2020). *Pasca hijrah langsung nikah tanpa pacaran, Dinda Haww & Rey Mbayang jadi omongan netizen: 'udah foto, eh nikahnya sama orang lain!'*. Diakses dari <https://fame.grid.id/read/462236552/pasca-hijrah-langsung-nikah-tanpa-pacaran-dinda-hauw-rey-mbayang-jadi-omongan-netizen-udah-foto-eh-nikahnya-sama-orang-lain>.
- Aysegul, Sertoglu, E., Catli, O., and Korkmaz, S. (2014). Examining the Effect of Endorser Credibility on the Consumers' Buying Intentions: An Empirical Study in Turkey. *International Journal of Management and Marketing*, 4(1): h:66-77
- Beautynesia. Review Produk Kosmetik Artis: Namir Beauty Matte Liquid Lipstick. Diakses pada 25 Mei 2020, dari: <https://www.beautynesia.id/berita-make-up/review-produk-kosmetik-artis-namir-beauty-matte-liquid-lipstick/b-98499>
- Cholid, N. A. (2010). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara. hal.76.
- Citra, T., & Harahap, M. (2019). Celebrity Endorsement in Social Media to Enhance Brand Image & Brand Loyalty. *Communicare: Journal of Communication Studies*, 5(1), 19–32. <https://doi.org/10.37535/101005120182>
- Kapanlagi.com. "Dinda Haww Rela Botak di 'SURAT KECIL UNTUK TUHAN". Diakses dari <https://www.kapanlagi.com/showbiz/film/indonesia/dinda-hauw-rela-botak-di-surat-kecil-untuk-tuhan.html>.
- Endang, S. (2012). Pengaruh Agnes Monica Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Pembentukan Brand Image Honda Vario. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 6.

- Greenwood, G. L. (2013). *Fashion Marketing Communication eBook*. West Sussex, UK: John Wiley & Sons Ltd.
- Griffin, J. (2016). *Customer Loyalty*. Jakarta: Erlangga.
- Handoyo, N.A. (2020). Pengaruh Kredibilitas BTS Sebagai Brand Ambassador Terhadap Brand Image Tokopedia. Skripsi. Program S1 Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara. Jakarta.
- Hapsari, I. N. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Penjualan Strategi Integrated Marketing Communications (IMC) dan Peran Brand Ambassador Terhadap Loyalitas Pelanggan Oriflame di Indonesia.
- Hasan, A. (2011). *Marketing*. Yogyakarta: Media Utama.
- Indocare. *Mengintip Kosmetik Dengan Merek Artis di Indonesia*. Diakses pada Mei, 25 2020, dari <https://indocareb2b.com/mengintip-kosmetik-dengan-merek-artis-di-indonesia/>
- Kim, J., Han, W. H., Kim, D. T., & Paramita, W. (2013). Is beauty in the eye of the beholder? Gender and beauty in the cosmetics sector A comparative study of Indonesia and Korea. *Journal of Marketing Intelligence & Planning*, 31(2), 127-140.
- Kotler, P. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Bumi Aksara. Jakarta.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia (Pertama)*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). New Jersey: Pearson Prestice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kuth, R. N. 2011. *Teori, Metode, dan Teknik Penelitian Sastra dari Strkturalisme Hingga Postrukturalisme Perspektif Wacana Naratif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Lea-Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communications*. USA: Wiley.
- Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F. (2017). *Marketing Research: An Applied Approach Fifth Edition*. United Kingdom: Pearson.

- Maulida, C. N., & Kamila, D. A. (2021). Pengaruh K-Pop Brand Ambassador Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Pengguna Shopee).
- Maya, N. A. 2010. Pengaruh Pemakaian Endorser dalam iklan televisi melalui kepribadian merek dan implikasinya terhadap Citra Merek Pembalut Wanita Charm. *Jurnal bisnis dan Ekonomi*. 14(1), 1-25
- Neviana, G. & Ratnasari, A. (2021). Hubungan Karakteristik *Brand Ambassador* dengan Loyalitas Anggota Komunitas *K-Popers* pada Merek Mie Sedaap. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 7(1), 120-124. <http://dx.doi.org/10.29313/v7i1.25478>.
- Nurlaela, E., Z, O. K., & Pudjawati, S. (2020). Analisis Penggunaan Celebrity Endorser Terhadap Minat beli Konsumen Pada Penggunaan Media Sosial Instagram di Lingkungan Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
- Nurulaili & Wijayanto, A. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware (Studi Pada Konsumen Tupperware di Universitas Diponegoro). *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS*, 2(1), 89-97.
- Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Customer*. New York: McGraw-Hill.
- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa). *Among Makarti*, 10(19), 70-90.
- Quintelier, E. (2014). The influence of the big 5 personality traits on young people's political consumer behavior. *Young Consumers*, 15(4), 342-352. <https://doi.org/10.1108/YC-09-2013-00395>
- Sabrina, N., Azwar., & Sofa, N. (2017). Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador Selebriti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Iklan Wardah Versi Dewi Sandra (studi kasus mahasiswi UIN Jakarta fakultas ekonomi dan bisnis). *Epigram*, 14(2), 143-152.

- Sabunwala, Z. (2013). Impact of Celebrity Brand Endorsement on Brand Image and Product Purchases-A Study for Pune Region of India. *International Journal of Research in Business Management*, 1(6), 37-42
- Sahetapy, J. P. (2013). Diferensiasi Produk, Strategi Merek, Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Meubel UD Sinar Sakti Manado. *Jurnal Manajemen*, 1(3), 411- 420.
- Samosir, L. S., Putri, Y. R., & Nurfebiaraning, S. (2016). Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra Terhadap Putusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Bandung. *Jurnal Sosioteknologi*, 15(2), 233-240.
- Sangadji, E.M., Supiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi.
- Santy, R. D. (2018). Pembelian implusif ditinjau dari faktor kepribadian konsumen dengan menggunakan trait the big five personality. In Proceeding from JBPTUNIKOMPP. Bandung: JBPTUNIKOMPP. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2018). *Integrated Marketing Communications*. In *Integrated Marketing Communications*. Boston, USA: Cengage.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpretama Mandiri.
- Sivesan, S. (2013). Impact of Celebrity Endorsement on Brand Equity in Cosmetic Product. *International Journal of Advanced Research in Management and Social Sciences*, 2(4), 1-11
- Siyoto, S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, N. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, hal. 56.
- Sumadi, A. S. (1998). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sunarto. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Redmi 3S. *Jurnal Moneter*. 5(1), 35-43.
- Soewito, Y. (2013). Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio. *Jurnal Ekonomi*, 1(3).
- Syah, Y. I. (2018). Representasi budaya kaum muda perempuan sebagai penggemar Korean Pop. *KINESIK*, 5(1), 37–39.
- Tim Laboratorium Jurusan, Pedoman Penyusunan Skripsi STAIN Tulungagung, (Tulungagung: STAIN Tulungagung, 2012), hal. 19
- Turkyilmaz, C. A., Erdem, S., & Uslu, A. (2015). The Effects of Personality Traits and Website Quality on Online Impulse Buying. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 175(August), 98–105. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.1179>
- Tjiptono, F. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Andi Offset. Edisi III. Yogyakarta.
- Udo-Imeh, P. T. (2015). Influence of Personality on the Buying Behaviour of Undergraduate Students in Universities in Cross River State, Nigeria. *International Journal of Marketing Studies*, 7(4), 64–77. <https://doi.org/10.5539/ijms.v7n4p64>
- Utaminingsih, S. L., & Sudrajat, R. H. (2021). Pengaruh Stray Kids Sebagai Brand Ambassador Terhadap Brand Loyalty Shopee.
- Walukow, A.L.P., Mananeke, L., & Sepang, J. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, harga dan Lokasi terhadap keputusan Pembelian Konsumen di Bentenan Center Sonder Minahasa. *Jurnal EMBA*, 1(3).2303-1174. ISSN 2303-1174.
- Wardani. (2011). *Teknik Menulis Karya Ilmiah*. Jakarta: Universitas Terbuka

- Widadi, R. H. S., & Wadji, F. (2015). Faktor-faktor yang berpengaruh pada Loyalitas Pelanggan Klinik Saraf Rumah Sakit Jiwa Daerah Dr Rm Sedjarwadi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 17(1), 28-37.
- Widoyoko, E. P. (2012). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA