

DAFTAR PUSTAKA

- Anggara, Pernando, “*Produsen Kosmetik Indonesia Harus Siap Bersaing Dengan produk Impor*”, Industri.bisnis.com, 2018.
<http://industri.bisnis.com/read/20180403/257/779610/produsen-kosmetik-indonesia-harus-siap-bersaing-dengan-produk-impor> (diakses pada 17 April 2018)
- Ani, Arsy.S, “*Jaga Pangsa Pasar, Wardah Gencar Promosi*” 2015
<https://nasional.sindonews.com/read/1000100/149/jaga-pangsa-pasar-wardah-gencar-promosi-1431396730> (diakses pada 17 April 2018)
- Badan Pusat Statistik, 2017.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/04/21/berapa-jumlah-wanita-usia-produktif-di-indonesia> (diakses pada 16 April 2018)
- Belch, George E. dan Michael E. Belch. “*Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective 8th Edition*” McGraw Hill, New York, 2009.
- Darmansyah, Muhartini Salim, Syamsul Bachri, “*Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Penelitian Online)*, Universitas Bengkulu, 2011.
- Darmawan, Deni, “*Metode Penelitian Kuantitatif*”, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2013
- Elliot, Greg, Sharyn Rundle-Thiele, David Waller, “*Marketing*” John Wiley & Sons Australia, Ltd, Australia, 2010.
- Ferdinand, Augusty, “*Metode Penelitian Manajemen*”, Universitas Diponegoro, Semarang, 2006.
- Ghozali, Imam, “*Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*”, Edisi 8, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2016.
- Kotler, Keller, “*Marketing Management Global Edition*”, Edisi 15th, Person Education, Inc, England, 2016.
- Kotler, Amstrong, “*Principle of Marketing Global Edition*”, Pearson Education, New Jearsey, 2010.
- Lacobucci D. 2015. “*Marketing Management*”. Stamford (US) : Cengage Learning
- Morissan, M.A, “*Periklanan, Komunikasi Pemasaran Terpadu*”, Prenada Media Group, Jakarta, 2014.

- Mubarok, Dadan Abdul Aziz, *“Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Konsumen Mahasiswa Kelas Reguler Sore STIE Inaba Bandung)*, 2016.
- Muslim, Indah Sulistyorini, *“Pengaruh Dimensi Celebrity Endorser Terhadap Citra Merek”*(Studi pada Iklan Mie Sedaap Versi Edwin Lau Pada Mahasiswa Rumpun Kesehatan Universitas Indonesia), Universitas Indonesia, Jakarta, 2012.
- Permana, Rizky Wahyu, Merdeka.com, 2015, *“Ini Usia Yang Tepat Untuk Gadis Mulai Memakai Makeup”*, 2015.
<https://www.merdeka.com/gaya/ini-usia-yang-tepat-untuk-gadis-mulai-memakai-make-up.html> (diakses pada tanggal 16 April 2018).
- Pratiwi, Indri dan Nadya Moeliono, *“Pengaruh Celebrity Endorser Maudy Ayunda Terhadap Minat Beli Produk Teh Javana”*, Universitas Telkom, Bandung, 2015.
- PT. Martina Berto, *“Annual Report Tahun 2015”*
- PT. Martina Berto, *“Annual Report Tahun 2016”*
- Putra, Idris Rusadi, *“Negara Dengan Penduduk Terbanyak”* Merdeka.com, 2015.
<https://www.merdeka.com/uang/dipimpin-india-ini-10-negara-penduduk-terbanyak-pada-2030.html> (diakses tanggal 23 April 2018)
- Prabowo, Suharyono, dan Sunarti, *“Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat beli (Survei pada Pengunjung 3Second Store di Jalan Soekarno Hatta Malang”*, Universitas Brawijaya, 2014.
- Rini, Endang Sulistya, dan Dina Widya Astuti, *“Pengaruh Agnez Monica Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Pembentukan Brand Image Honda Vario”*, Universitas Sumatera Utara, 2012.
- Royan, Frans M, *“Marketing Celebrities: Selebriti dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri”* PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2004.
- Sadat, Andi.M , *“Brand Belief”*, Salemba Empat, Jakarta, 2009.
- Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk, *“Perilaku Konsumen”* edisi ketujuh, PT. INDEKS, Jakarta, 2008.
- Sugiyono, *“Metode Penelitian Manajemen”*, Alfabeta, Bandung, 2014.
- Sugiyono, *“Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D”*, Alfabeta, Bandung, 2014.
- Suhartatno, Dwi, *“Metode Riset Pemasaran”*, Alfabeta, Bandung, 2014.

- Snapcart, “*Menganalisis Konsumsi Kosmetik Perempuan Millenialis Indonesia*”, 2017
<http://marketeers.com/menganalisa-konsumsi-kosmetik-perempuan-milenial-indonesia/> (diakses pada 17 April 2018)
- Sumarwan Ujang, et al, “*Pemasaran Strategik*”, IPB Press, Bogor, 2010.
- Survei Nielsen, “*Konsumen Indonesia Lebih Suka Kosmetik Global*”, 2016.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/17/konsumen-indonesia-lebih-suka-merek-kosmetik-global> (diakses pada tanggal 16 April 2018)
- Suryani dan Hendryadi, “*Metode Riset Kuantitatif*”, PT. Prenadamedia Group, Jakarta, 2015.
- Tjiptono, Fandy, “*Pemasaran Strategik*”, ANDI, Yogyakarta, 2008.
- Top Brand Award . “*Top Brand Index Fase I*”, 2015.
http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2015_fase_1 (diakses pada tanggal 24 April 2018)
- Top Brand Award 2018, “*FAQ*”, 2018.
<http://www.topbrand-award.com/faq>. (diakses pada tanggal 24 April 2018)
- Veronika, “*Pengaruh Iklan dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen, Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi*”, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta, 2016.