

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, ekonomi & kebijakan publik serta ilmu sosial lainnya*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Hamdi, A. S., & Bahruddin, E. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Depublish.
- Juliandi, A., & Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi: Sukses Menulis Skripsi & Tesis Mandiri*. Medan: Umsu Press.
- Latan, H. (2013). *Structural equation modeling: Konsep dan aplikasi menggunakan program LISREL 8.80*. Bandung : Alfabeta.
- Rangkuti, F. (2017). *Riset pemasaran*. Jakarta: PT Centro Inti Media.
- Sarwono, J., & Budiono, H. (2012). *Statistik Terapan Aplikasi Untuk Riset Skripsi, Tesis Dan Disertasi Menggunakan SPSS, AMOS, Dan Excel*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono, P. (2016). *Metode Penelitian Manajemen(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research, dan Penelitian Evaluasi)*. Bandung : Alfabeta.
- Timotius, K. H. (2014). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : ANDI
- Widi, R. K. (2018). *Menggelorakan Penelitian; Pengenalan dan Penuntun Pelaksanaan Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wijayanto, S. H. (2008). *Structural Equation Modeling Dengan Lisrel 8.8*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Jurnal :

- Fransiska, I., & Mustikasari, A (2015). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Terhadap Mujigae Resto Festival Citylink)*. eProceeding of Applied Science, 1(3).
- Herawati, S. (2017). *Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Attitude Oppo Smartphone*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis. 21(1).
- Pradana, R. D. P. F. D. (2016). *Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Kepuasan Konsumen Dan Pengaruh Langsung Dan Tak Langsung Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Mahasiswa FEB Untag Di Semarang)*. Media Ekonomi dan Manajemen, 30(1), 0854-1442.
- Riani, D., & Soesanto, H. (2015). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Word of Mouth Terhadap Perpindahan Merek (brand switching) dengan Perceive Value sebagai Mediasi (Studi pada Konsumen Produk Kosmetik Wardah)*. Journal of Management, 4(2), 2337-3792
- Sari, H. P. (2014). *Pengaruh Elektronik Word Of Mouth dan Brand Image Terhadap Purchase Intention Pada Konsumen Smartphone Samsung Yang Berbasis Android*. Jurnal Ilmu Manajemen, 11(2), 1693 –7910
- Sulistyo, B. A. & Maftukhah, I. (2016). *Analisis Pengaruh Perpindahan Merek melalui Harga, Iklan dan Ketidakpuasan Konsumen*. Management analysis journal, 5(2).
- Wibawanto, R. A., & Soesanto, H. (2012). *PENGARUH RENDAHNYA TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN, HARGA, DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK (Studi pada Siswa Siswi SMA IBU KARTINI Kota Semarang)*. Diponegoro Journal Of Management, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, 1(2).

Widianti, M., & Trinanda, O. (2019). *Pengaruh Customer Dissatisfaction dan Word of Mouth (WOM) Terhadap Brand Switching pada California Fried Chicken (CFC) ke Fast Food Merek Lain (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Padang)*. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, 1(1), 2655-6499.

Wijanarko, E.F., Arifin, R., & Hufron, M. (2019). *MENGUJI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DALAM HUBUNGAN PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, PERSEPSI PENGORBANAN DAN PERSEPSI NILAI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN*. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(08)

Susanto, Y. D., & Widyawati, N. (2016). *Pengaruh variety seeking, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Perpindahan Blackberry ke Smartphone*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(2).

Skripsi :

Aghniya, K. F., & Juju, H. U. (2019) *PENGARUH LOKASI DAN WORD OF MOUTH (WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survey pada Kopi Euy! (Coffe Shop) Jl. Tamansari no. 50 Bandung)*. (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas).

Astuti., (2016). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Untuk Perpindahan Merek (Brand Switching) Pada Konsumen Pengguna Produk Kosmetik "Pixy" Di Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.

Hidayah, M. S. (2019). *PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Studi Kasus Pada Konsumen Bioskop Cinema XXI Summarecon Mall Bekasi)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Nuraini, A. (2015). *Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk Terhadap Citra merek dan dampaknya pada Keputusan pembelian pada Konsumen*

Kosmetik Wardah di Kota Semarang. (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG).

Prastya, S., & SRI, R. T. A. (2013). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perpindahan Merek (Brand Switching) Kartu Indosat Im3.* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).

Prastyanti, G. (2017). *PENGARUH CELEBGRAM (CELEBRITY ENDORSER INSTAGRAM) TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN SECARA ONLINE PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM* (Studi pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung).

Pratiwi, A. L. (2016). *Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Pengguna Media Sosial Instagram (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi)* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).

Syahbuddin, A. (2018). *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor (Studi pada Masyarakat Petani Kopi di Desa Padang Cahya Kecamatan Balik Bukit Kabupaten Lampung Barat).* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

Velinasari, I. (2014). *PENGARUH KEBUTUHAN MENCARI VARIASI, PERSEPSI HARGA DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP BRAND SWITCHING (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang).* Skripsi. UNIVERSITAS STIKUBANK.

Website :

Bachdar, S. 2017. Menganalisis Konsumsi Kosmetik Perempuan Millennials Indonesia. <http://marketeers.com/menganalisa-konsumsi-kosmetik-perempuan-milenial-indonesia/> (Diakses Pada 10 Maret 2020).

Bachdar, S. 2016. Make Over dan Tren Lipstik Matte Akhir Tahun. <https://marketeers.com/make-dan-tren-lipstik-matte-akhir-tahun/> (Diakses Pada 13 Maret 2020).

BadanPom. 2017. Laporan Tahunan BPOM. <https://www.pom.go.id> (Diakses Pada 4 April 2020).

Bizteka. 2015. Perkembangan Pasar Industri Kosmetik Di Indonesia, 2010- 2015. <https://cci-indonesia.com/perkembangan-pasar-industri-kosmetik-di-indonesia-2010-2015/> (Diakses Pada 3 April 2020).

Kurniawan, S. 2019. Industri Kosmetik di Indonesia Makin Diperhitungkan. <https://marketeers.com/industri-kosmetik-di-indonesia-makin-diperhitungkan/> (Diakses Pada 10 April 2020).

Make Over. <https://www.makeoverforall.com> (Diakses Pada 25 Juli 2020).

Media, Highlight. 2018. 10 Merek Kosmetik Lokal Indonesia Paling Favorit Untuk Paras Cantikmu. <https://highlight.id/daftar-brand-merek-produk-kosmetik-lokal-indonesia-favorit-terkenal-populer-pilihan-makeup-kecantikan/> (Diakses Pada 17 April 2020).

Mulyadi, I. 2013. Word of Mouth: Efek dari Kepuasan atau Ketidakpuasan. <https://marketing.co.id/word-mouth-efek-dari-kepuasan-atau-ketidakpuasan/> (Diakses Pada 9 April 2020).

Paragon Innovation. <https://paragon-innovation.com> (Diakses Pada 25 Juli 2020).

Prasasti, C.A. 2017. 7 Brand Kosmetik Lokal Ini Kualitasnya Gak Kalah dengan Brand Luas. <https://www.google.com/amp/s/www.idntimes.com/life/women/amp/andina-c-prasasti/brand-kosmetik-lokal-kualitasnya-gak-kalah-brand-luar-c1c2> (Diakses Pada 10 April 2020).

