

## DAFTAR PUSTAKA

- Afif, Z. & Martini, E. (2018). *Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Cottage Daarul Jannah Bandung*. Jurnal Image Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Vol. 7, No. 2, November 2018, page 76-83.
- Al Rasyid, H. (1994). *Dasar-Dasar Statistika Terapan*. Program Pascasarjana, Unpad: Bandung.
- Ali, H. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS.
- Alfifto., Siringoringo., & Hasman, H. C. P., (2021). *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Geprek Benu Mongonsidi Medan*. Jurnal Manajemen Tools, Vol. 13, No. 2 Desember 2021, ISSN : 2088-3145.
- Andini, P. K., & R, A. R. (2022). *Membangun Brand Awareness melalui Celebrity Endoser dan Social Media Marketing Pada Pelanggan E-Commerce Shopee*. SEIKO : *Journal of Management & Business*, Vol. 5, No.1, 257–269. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1390>
- Andora, M. and Yusuf, A. (2021) ‘Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Pelanggan Pada Platform Shopee’, *Jurnal MANAJERIAL*, 20(2). Available at: <https://doi.org/10.17509/manajerial.v20i2.29138>
- Arif, M., & Syahputri, A. (2021). *The The Influence of Brand Image and Product Quality on Customer Loyalty with Consumer Satisfaction as a Intervening Variable at Home Industry*. *Journal of International Conference Proceedings*, 9(1), 23-31, DOI: <https://doi.org/10.32535/jicp.v4i2.1274>.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Assalam, N. H., & Wibisono, A. (2020). *Dampak Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Caffino Melalui Ekuitas Merek Sebagai Variabel Intervening*. *Journal Missy (Management and Business Strategy)*, Vol. 1, No.1, 36–44.
- Bancin, J. B. (2021). *Citra Merek dan Word of Mouth (Perannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Badan Pusat Statistik RI (2023). *Data Penduduk Kota Tasikmalaya*. di akses pada 13 Juni 2023. [www.jabar.bps.go.id](http://www.jabar.bps.go.id)

- Badan Pusat Statistik Kota Tasikmalaya (2022) *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (Jiwa)*, 2019-2021. diakses pada 13 Juni 2023, [www.tasikmalayakota.bps.go.id](http://www.tasikmalayakota.bps.go.id).
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Tasikmalaya (2022) *Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin (Jiwa)*, 2021. diakses pada 13 Juni 2023, [www.tasikmalayakab.bps.go.id](http://www.tasikmalayakab.bps.go.id).
- Badan Pengawas Obat Makanan RI (2022) *Key Personnel Paham Cpkb Merupakan Kunci Sukses Industri Kosmetik Dalam Negeri*. Artikel (online), Diakses pada 13 Juni 2023. [www.pom.go.id](http://www.pom.go.id).
- Effendy, F., Hurriyati, R., & Wibowo, Lili Adi. (2020). *Analisis Pengaruh Celebrity Endorser dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo dengan Intervening Brand Image*. Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis, Vol. 11, No. 2, September 2020.
- Farih, A., Jauhari, A., & Widodo, E. (2019). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan Kursus Bahasa Inggris Pare Dengan Viral Marketing Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, Vol. 4, No. 1, 41–60. Januari 2019.
- Firmansyah, I. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kober Mie Setan Di Kota Malang*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kanjuruhan Malang, ISSN : 2541-5808.
- Glennardo, Y. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorser Slank terhadap Minat Berdonasi Masyarakat pada Organisasi Non-Profit Profana*. Jurnal ARSIMONIA, Vol.5, No.1, April 2018.
- Hamdani, M.Y., & Mawardi, M.K. (2018). *Pengaruh Viral Marketing terhadap Kepercayaan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 60, No.1.
- Hata, M., Hardiyono, B., & Widiyanti, M. (2020). *Pengaruh Viral Marketing dan Word of Mouth terhadap Brand Image Aisan games 2018*. Jurnal Ilmiah Manajemen Vol. 17, No.2, Oktober 2020.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Irtanti, W.E. (2019) ‘Pengaruh Kualitas Produk,Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk lipcream pixy’, *Journal of Chemical Information and Modeling*, 110(9).

- Johari, M., & Supriyono, S. (2022). *Pengaruh Diferensiasi Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bata (Studi Pada Bata Plaza Surabaya)*. Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, Vol. 4, No. 3, 745–755.
- Katrin, I. L., Setyorini, D. H. ., & Masharyono. (2016). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Javana Bistro Bandung*. *Gastronomy Tourism Journal*, Vol. 3, No. 1, 246–254.
- Kawilarang, C. G., Tumbuan, W.J.F.A dan Loindong, S.S.R. (2022). *Analisis Pengaruh Celebirty Endorsement , Beauty Vlogger Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Lokal Somethinc*. Jurnal EMBA, Vol.10, No.4 Oktober 2022, Hal. 770-779. ISSN 2303-1174.
- Kementerian Kesehatan (2018) *Rekapitulasi Industri Kosmetik di Indonesia Tahun 2018*. Artikel (Online). [www.farmalkes.kemkes.go.id](http://www.farmalkes.kemkes.go.id).
- Kholidah, N. dan Arifiyanto, M. (2020). *Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal*. Penerbit NEM ind.
- Kuhu, T., Tumbel, A., Wenas, R. (2019). *Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Di Sang Pisang Manado*. Jurnal EMBA, Vol.7, No.3 Juli 2019, Hal. 2801 – 2810, ISSN 2303-1174.
- Kurniawan, D., Tumbuan, W., Roring, F. (2021) *Pengaruh Brand Image, Viral Marketing, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi E – Money Fintech Pada Mahasiswa Di Universitas Sam Ratulangi Saat Pandemi Covid – 19*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sam Ratulangi, Manado, Vol.9, No.3 Juli 2021, Hal. 695 – 704.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Ed. 12 Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, Kevin L. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Latief, F., Semmaila, B., & Arfah, A. (2022). *The Influence of Brand Image and Product Quality on Musical Instrument Purchase Decisions*. *Point Of View Research Management*, Vol. 3, No.2, Hal. 121–133.
- Latifah, S., Komariah, K. & Mulia, F. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Viral Marketing Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pemasaran Produk MSGlow Pada FollowersInstagram @Tunis.Store)*. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, Vol. 3, No.4, 2022: 1988-1995.

- Lesmana, Y. P. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorser, Atribut Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia*. Jurnal Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial. Universitas Pelita Bangsa
- Lia, A., Ibdalsyah, I., & Hakiem, H. (2022). *Pengaruh Persepsi Konsumen, Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Skincare SR12*. El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, Vol. 3, No. 2, Hal. 263–273.
- Lustono & Cahyani, F. L. (2020). *Pengaruh Media Promosi Digital Atau Online Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanjadolo Online Shop Di Kecamatan Banjarnegara*. Jurnal Medikonis SIE Tamansiswa Banjarnegara, Vol. 20 Januari 2020.
- Mai, S., & Cuong, T. (2021). *Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty*. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, Vol. 8, No. 3, 585-593.
- Malichah, S. & Wiwoho, G. (2021). *Pengaruh Celebrity Endorser, Electronic Word Of Mouth (EWOM) Dan Brand Image Terhadap Purchase Decision Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Minuman Isotonik Pocari Sweat Di Kabupaten Kebumen)*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, Vol. 3, No. 6.
- Mulia, F., Komariah, K., & Rizky, N. P. N. (2020). *Analisis Kredibilitas Celebrity Endorser Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Awareness*. Syntax Idea: P–ISSN: 2684-6853 e-ISSN: 2684-883X, Vol. 2, No.7, Juli 2020 ANALISIS, 9(May), 6.
- Mulijaya, I. M., Sujana, I. N., & Indrayani, L. (2019). *Pengaruh Viral Marketing dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Instagram pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha*. Jurnal Pendidikan Ekonomi Vol. 11, No. 2.
- Naimah, E. (2021). *Analisis Perilaku Belanja Online Konsumen Selama Masa Pandemi COVID-19*. Jurnal INTEKNA, Vol. 21, No. 2, 54–111. <https://doi.org/10.35313/Jrbi.V6i3.2246>.
- Nainggolan, F., & Hidayat, A. (2020). *The Effect Of Country Of Origin , Brand Image , Price Fairness , And Service Quality On Loyalty Toward Iphone Mobile Users , Mediated By Consumer Satisfaction*. European Journal Of Business And Management Research, Vol. 5, No. 1,1–5.
- Nurlela, T. S. (2013). *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada PTABC*. Jurnal Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Widyatama, Hal. 51-59, ISBN: 978-51-636-147-2.
- Pemerintah Provinsi Jawa Barat (2023). *Pemkab Tasikmalaya Raih Apresiasi Jawara Ekonomi Digital 2022*. Artikel (online), diakses pada 13 Juni 2023

- Populix (2022). *Unveiling Indonesian Beauty & Dietary Lifestyle*. Riset (online). diakses pada 13 Juni 2023. [www.info.populix.com](http://www.info.populix.com)
- Pratama, C. A. Z., Dewi, R. S. dan Wijayanto, A. (2022). *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Wardah Melalui Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Universitas Diponegoro Semarang, Vol. 11, No. 1, 2022 e-ISSN 2746-1297.
- Prasojo, E. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Melalui Brand Image*. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, Universitas Indonesia, Vol. 14, No. 2, 83–98.
- Putra, I., & Sulistyawati, E. (2015). *Peran brand image dalam memediasi pengaruh celebrity endorser terhadap niat beli*. *E-Jurnal Manajemen*, Universitas Udayana, Vol. 4, No. 6, 255133.
- Rahmani, R. G., Bursan, R., Mahrinasari., & Wiryawan, D. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Somethinc by Irene Ursula)*. *Journal Ekombis Review*, Vol. 10, ISSN: 2338-8412, e-ISSN : 2716-4411.
- Rayhaan, M. F & Pasaribu, L. H. (2022). *The Effects Of Viral Marketing, Celebrity Endorser And Brand Association Toward Purchase Decision Of Ms Glow Skincare Products*. *Jurnal Mantik*, Vol. 5, No. 4, (2022) 2392-2398.
- Research and Markets* (2022). *Global Cosmetic Skin Care Market 2023-2027*. Riset (online) di akses pada 13 juni 2023. [www.resechandmarkets.com](http://www.resechandmarkets.com)
- Rinawati, G. A., Agung, A., & Anggraini, N. P.. (2021). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Freshcare Di Kota Denpasar*.
- Rosita, D. and Novitaningtyas, I. (2021) ‘Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa’, *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 4(4). Available at: <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.200>.
- Rosita, A., Lukitaningsih, A., & Fadhilah, M. (2022). *Peran Celebrity Endorse, Citra Merek, Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Niat Beli (Studi Kasus Pada Produk Scarlett)*. *Jurnal Manajerial*, Vol. 21, No. 1 Juni 2022, Hal – 95. P-ISSN E-ISSN : 1412 – 6613 : 2527 – 4570.
- Rukuni, T. F., Shaw, G., Chetty, Y., Kgama, P., Kekana, P., & Rogers, K. (2017). *Viral Marketing Strategies and Customer Buying Behavioural Intentions at Retail Store in Johannesburg*. *Business Management and Strategy*, Vol. 8, No. 1, Hal. 59, <https://doi.org/10.5296/bms.v8i1.10676>.

- Sancoko, Aldo H. (2015). *Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Makanan dan Minuman pada Depot Time To Eat Surabaya*. Jurnal AGORA. Vol. 3, No. 1. Hal 185-193.
- Sanjaya, S. (2017). *Pengaruh promosi dan merek terhadap keputusan pembelian pada pt. Sinar sosro medan*. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, Vol. 16, No.2, ISSN 1693-7619 (print), ISSN 2580-4170 (online).
- Sakinah, N. L., & Suhardi, D. (2018). *Citra Merek, Kepercayaan Merek Dalam Mewujudkan Loyalitas Merek Produk Aqua*. Indonesian Journal of Strategic Management. Vol. 1, No. 1, February 2018, ISSN 2614-5391, e-ISSN 2614-2406, DOI: <https://doi.org/10.25134/ijsm.v1i1.839>.
- Sari, M.E.L. (2019) 'Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syari'ah IAIN Kudus) SKRIPSI', *Rabit : Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Univrab*, 1(1).
- Salsabila, D. F. & Hidayati, L. L. A. (2021). *Pengaruh celebrity endorser dan brand image terhadap keputusan pembelian konsumen di Shopee (Studi empiris pada karyawan bank Jateng di wilayah Kedu)*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Unimma.
- Sawhani, D. K. (2021). *Digital Marketing Brand Images*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Setianingsih, W. (2016). *Pengaruh Country of Origin, Brand Image dan Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli Oppo Smartphone (Studi Kasus Pada Mahasiswa Strata Satu Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta)*. Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Setyarini, & Sutanto. (2020). *Analisis Deskriptif Testimoni dan Selegram Endorsement terhadap Minat Beli pada Media Sosial Instagram*. Jurnal Ippmunsera, Vol. 1, No. 1 <https://e-jurnal.lppmunsera.org>.
- Sinulingga, N. A. B., & Sihotang, H. T. (2021). *Perilaku Konsumen*. Strategi dan Teori (Vol. 1). IOCS Publisher.
- Skrob, J. R. (2005). *The Viral Marketing Model as a model for open source*. Austria: University of Applied Science Kufstein.
- Statista (2022) *Indonesia – cosmetic*. di akses pada 13 Juni 2023. Data Statistik (online). [www.statista.com](http://www.statista.com).
- Sugiyono (2012) 'Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.', *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta*. [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.

- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardi, D., & Irmayanti, R. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen*. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, Vol. 3, No.1, 53–62. <https://doi.org/10.33603/jibm.v3i1.2086>.
- Suryahadi, M., Mulyana, Deden., Abdullah, Yusuf., Mandira, I. M. C. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorsement, Price, Digital Marketing, Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada UMKM Ekonomi Kreatif Subsektor Fashion Di Tasikmalaya*. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* Vol. 7, No. 2, Desember 2022 ISSN: 2528-1208 (print), ISSN: 2528-2077 (online).
- Sunyoto, D. 2012. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Suwardjono. (2008). *Teori Akuntansi Perencanaan Pelaporan Keuangan*. Ed. Ketiga. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Suwarno, B. (2007) *Cara Menggunakan Dan Memakai Analisa Jalur Path. Analysis*. Alfabeta, Bandung.
- Sriwahyuni, E. & Saputra, R. S.. (2017). “*Pengaruh CR, DER, ROE, TAT dan EPS terhadap Harga Saham industry Farmasi di BEI tahun 2011-2015.*” *Jurnal Program Studi Akuntansi, Akademi Bina Isani, Bekasi Timur*.
- Tjiptono, F. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Ed. 2, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.2020.pp.21-125.
- Tondang , G. A., Silalahi, P. R. (2022) *Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smarthphone Android*. : *Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, Vol.1, No.2, Februari 2022.
- Turban. (2018). *Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective*. Switzerland: Springer.
- Wiludjeng, S. S. P. & Nurlala, T. S. (2013). *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT “X”*. *Jurnal Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Widyatama*, ISBN: 978-979-636-147-2.
- [www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id) (20/03/2018) di akses pada 13 Juni 2023. *Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%*. Artikel (Online), Penulis Kementerian Perindustrian Republik Indonesia.

- www.kompas.com (25/11/2022) di akses pada 13 Juni 2023. *Industri Kecantikan Tanah Air Punya Prospek Bagus*. Artikel (online), Penulis Atiek Ishlahiyah Al Hamasy.
- www.cnnindonesia.com (17/06/2022) di akses pada 13 Juni 2023. *Terjerat Utang, Revlon Ajukan Permohonan Bangkrut*. Artikel (online).
- www.bandung.bisnis.com (21/03/2023) di akses pada 13 Juni 2023. *Perkosmi Jabar : Bisnis Kosmetik 2023 Bakal Naik 6 Persen*. Artikel (Online) Wisnu Wage Pamungkas.
- Yohana, O., Febriyani, H., Anggraeni, D. & Nurlela. (2023). *Branding & Endorsement : Gaya Marketing Masa Kini*. Jurnal *Marketgram*. Vol. 1, No. 1, 2023, Hal. 60 – 66 ISSN 2963-2382.
- Zahiroh, N., Zaqiyah, S. and Novie, M. (2021) ‘Pengaruh Celebrity Endorse dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow’, *Greenomika*, 3(2), pp. 90–97.