

## DAFTAR PUSTAKA

- Ayu Dani, A., & Suciarto, S. 2018. Analisis Faktor Pengusaha Kuliner Menggunakan Jasa Iklan Instagram" Jakul Semarang" Sebagai *Endorser*. *JEMAP*, 1(1), 69-94.
- Berapa Pengguna Media Sosial Indonesia Data Pengguna Telepon, Internet, Media Sosial Indonesia Menurut Werasional(2019)<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/08/berapa-pengguna-media-sosial-indonesia> di akses tanggal 14 Oktober 2019, pukul 13:26.
- Daftar Brand Make up Indonesia Yang Jadi Pilihan Favorit <https://highlight.id/daftar-brand-merek-produk-kosmetik-lokal-indonesia-favorit-terkenal-populer-pilihan-makeup-kecantikan/>. di akses tanggal 23 Oktober 2019 pukul 15:12.
- Dara, A. L., & Prihatini, A. E. 2019. Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi Pada Konsumen Wardah Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 10-17.
- Ferdinand, Agusty. 2014 Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Desertasi Ilmu Manajemen. Edisi Kedua Semarang. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Freddy R, 2009. Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integreted Marketing Communication Penerbit, PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Geser Facebook, Instagram Jadi Sosmed Paling Favorit Di Indonesia <https://selular.id/2017/01/geser-facebook-instagram-jadi-sosmed-paling-favorit-di-indonesia/> di akses tanggal 29 Oktober 2019 pukul 14:26.
- Habibah, H., Hamdani, I., & Lisnawati, S. 2018. Pengaruh *Brand Image* dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan

- Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi pada Perempuan Muslim di Kota Bogor). *Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 233-261.
- Kotler dan Armstrong, 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 Penerbit Erlangga.
- Larasati, V., & Oktivera, E. 2019. Media Sosial Instagram Berpengaruh Terhadap Minat Beli Produk Wardah. *Jurnal Administrasi Kantor*, 7(1), 31-40.
- Lubis, I. B. H. 2016. Pengaruh Citra Merek, Media Iklan Instagram, dan Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Produk Vans. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(4), 388-401.
- Nuraini, A. 2015. Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik di Kota Semarang (*Doctoral dissertation*, Universitas Negeri Semarang).
- Nuraini, A. 2015. Pengaruh *Celebrity Endorser* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui citra merek pada kosmetik wardah di kota semarang (*Doctoral dissertation*, UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG).
- Parengkuan, V., Tumbel, A., & Wenas, R. S. 2014. Analisis Pengaruh *Brand Image* Dan *Celebrity Endorsment* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head And Shoulders Di 24 Mart Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Rachman Muhammad munir, 2018. Metode Penelitian, Adibuana University Press, Surabaya.
- Royan, Frans, M. 2004. *Marketing Celebrities, Celebrities* dalam Iklan dan Strategi Selebritis dalam Memasarkan Diri Sendiri. Penerbit Elek Media Komputindo Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Rozela Putri, 2018. Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Elzatta Universitas PGRI Adibuana Surabaya, Skripsi.
- Sangadji Mamang Etta Sopiah, 2016. Salasmanship (Kepenjulan). Sinar Grafika Offset Jakarta.





- Shimp, Terence A., 2014, *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan Dan Promosi*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Shinta Agustina. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama Universitas Brawijaya Press.
- Simp Terence A., 2003, *Pereiklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Erlangga
- Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Sujarweni V. Wiratna., 2019, *SPSS untuk Penelitian*, Pustaka Baru Yogyakarta.
- Suryati Lili, 2015. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama Penerbit CV Budi Utama Yogyakarta.
- Suyanto, (2004). *Analisis & Desain Aplikasi Multimedia Untuk Pemasaran*. Andi Offcet. Yogyakarta.
- Wardah, Beauty Cosmetics Indonesia.  
<https://www.wardahbeauty.com/> di akses tanggal 16 Oktober, pukul 15:23.
- Widiyanti, W. 2017. Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek dan Media Iklan Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Ninebox (Studi Kasus pada *follower* *instagram@tempattasdotcom*). *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 17(1).
- Wulandari, N. M. R., & Nurcahya, I. K. 2015. Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampoo di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 4(11).
- Yuniarta Vinna Sri, S.E., M.M. 2015, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik* Bandung Pustaka Setia









Lampiran 1 : Berita Acara Bimbingan Skripsi

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Susi Susanti
2. Nim : 161500109
3. Program Studi : Manajemen
4. Tanggal Mengajukan Skripsi : 1 Oktober 2019
5. Judul Skripsi : Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan Iklan Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Product Wardah (Studi Kasus Pada *Flower Instagram Wardah Beauty*)
6. Dosen Pembimbing : 1. Utama Wisnu D,  
S.E.,M.M
7. Konsultasi :

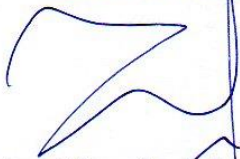
No.	Tanggal	Paraf Pembimbing	Uraian/ Kegiatan	Keterangan
1.	1 Oktober 2019		Judul penelitian	Revisi
2.	8 Oktober 2019		Judul penelitian	Acc
3.	27Oktober2019		Bab I	Revisi
4.	5 November 2019		Bab I,II,III	Revisi
5.	26 November 2019		Bab I,II,III	Revisi

6.	05 Desember 2019		Bab I,II,III	Acc
7.	13 Desember 2019		Ujian Proposal	
8.	05 Mei 2020		Bab IV, V	Revisi
9.	06 Mei 2020		Bab IV, V	Acc
10.	8 Mei 2020		Artikel	Revisi
11.	15 Mei 2020		Artikel	Acc

8. Tanggal selesai menulis skripsi :15 Mei 2020

Surabaya, 10 Juni 2020

Dosen Pembimbing



Sutama Wisnu Dyatmika, S.E., M.M.

NPP : 1507732/DY

Lampiran 2 : Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi

**BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI**

1. Nama Mahasiswa : Susi Susanti
2. NIM : 161500109
3. Program Studi : Manajemen
4. Judul Skripsi : Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Iklan Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi kasus pada *Follower* Instagram Wardah Beauty)
5. Dosen Penguji : 1. Dra. Christina Menuk S.H.,SE,MM.  
2. Yuli Kurnia Firdausia, SE, M.M.

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji	
			Penguji I	Penguji II
1	10 Juni 2020	Revisi BAB IV, V		
2	22 Juni 2020	Kata pengantar BAB IV		
3	22 Juni 2020	Revisi Tulisan		
4	13 Juli 2020	Acc dan Cetak		

Surabaya, 17 Juli 2020

Dosen Penguji I,

Dra Christina Menuk S.H.,SE.,MM.  
NIP : 195808081982032001

Dosen Penguji II,

Yuli Kurnia Firdausia, SE, M.M.  
NPP : 1507731/DY





