

DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, Terence. 2014. "Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi." In . Jakarta: Salemba Empat.
- Adiba, Soraya Tsamara, Agus Suroso, dan Nur Choirul Afif. 2020. "The Effect of Celebrity Endorsement on Brand Image in Determining Purchase Intention." *Journal of Accounting, Business and Management (JABM)* 27 (2): 60. <https://doi.org/10.31966/jabminternational.v27i2.700>.
- Cahyani, Indah. 2016. "Basis Komunikasi." 2016. <http://basiskomunikasi.blogspot.com/2016/12/emina-cosmetic.html>.
- Cahyono, Edi. 2018. "Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta." *JBMA (Jurnal Bisnis Manajemen dan Akuntansi)* 5 (1): 61–75.
- F. Hair, Jr, Joseph, William C. Black, Barry J. Babin, dan Rolph E. Andreson. 2010. *Multivariate Data Analysis*. 7ed ed. United States: Pearson.
- Febriani, Reni, dan Mirza Abdi Khairusy. 2020. "Analisis Pengaruh Celebrity Endorser/Brand Ambassador, Harga Dan Desain Produk Yang Dimediasi Oleh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop Shopee." *Progress: Jurnal Pendidikan, Akuntansi dan Keuangan* 3 (1): 91–109. <https://doi.org/10.47080/progress.v3i1.782>.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kertamukti, M.Sn., Rama. 2015. *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th editi. England: Pearson Education, Inc.
- Lutfiani. 2021. "FEMALEEZ." 2021. <https://femaleez.com/beauty/produk-emina-dan-fungsinya/>.
- Maharani IR, Dewi. 2021. "Productnation." 2021. <https://productnation.co/id/20342/emina-kosmetik-skincare-terbaru-indonesia/>.
- Maksum, Ahmad Rifa'i, Rois Arifin, dan M.Hufron. 2018. "Pengaruh Brand Ambassador dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Riset Manajemen* 53 (9): 1689–99.
- Mauliya, Wiwin, N. Rachma, dan Budi Wahono. 2020. "Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai

Variabel Intervening (Study Kasus Mahasiswa Feb Unisma Angkatan 2016 Pembeli Shampoo Pantene).” *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 9 (19): 32–33.

Megayani, dan Ellen Marlina. 2019. “Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Geprek Ayam Benu di Rawamangun Periode 2018).” *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* 16 (01): 175–93.
<https://ejournal.stei.ac.id/index.php/JAM/article/view/277>.

Nuraini, Alfiyah, dan Ida Maftukhah. 2015. “Management Analysis Journal” 1 (2): 120–28.

Rachmadi, Kartika Rose. 2018. “Pengaruh Vlogger Review Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Intervening Variabel Pada Produk Kosmetik Dan Perawatan Wajah.” *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)* 3 (2): 148.
<https://doi.org/10.33474/manajemen.v3i2.1580>.

Soper, Dr. Daniel. n.d. “No Title.”
<https://www.danielsoper.com/statcalc/calculator.aspx?id=31>.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: IKAPI.

“Wikipedia.” 2021. 2021.
https://id.wikipedia.org/wiki/Paragon_Technology_and_Innovation.

Wiyono, Gendro. 2011. *Dalam Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.