

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Amrillah, Q, dan A. Brawijaya. “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik.” *Jurnal Syarikah P-ISSN2442-4420 e-ISSN 2528-6935* 2, No. 2 (2016) - 30 Oktober, 2019 - <https://ojs.unida.ac.id/JSEI/article/view/259/73>.
- Andrianto, Nur Faiz dan Endang Sutrasrawati. “Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* Pada Proses Keputusan Pembelian.” *Management Analysis Journal* 5, No. 2 (2016) - 14 September, 2019 - <http://maj.unnes.ac.id>.
- Aprilia, Intan. “Oriflame Indonesia Perkenalkan *Brand Ambassador* Terbaru” 3 April, 2018. <https://parenting.orami.co.id/magazine/oriflame-indonesia-perkenalkan-brand-ambassador-terbaru>.
- Ardianto, Elvinaro. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016.
- B.S, Febri Endra. *Pedoman Metodologi Penelitian (Statistika Praktis)*. Sidoarjo: Zifatama Jawara, 2017.
- Engel, James F, Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard. *Perilaku Konsumen Edisi Keenam, Jilid 1*. terj. F.X. Budiyo. Jakarta: Binarupa Aksara, 1994.
- Perilaku Konsumen Edisi Keenam, Jilid 2*. terj. F.X. Budiyo. Jakarta: Binarupa Aksara, 1995.
- Faozi, Moh. Maburri dan Annisa Mufidah. “Penawaran Produk Imitasi Jenis *Fashion* dan Proses Pengambilan Keputusan Konsumen di Pasar Kaget Stadion Bima Cirebon.” *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam* 3, No. 2 (2018) - 24 Oktober, 2019 - <https://www.syekhnujati.ac.id/jurnal/index.php/al-mustashfa/article/view/3682/1993>.
- Firdaus, Bahtiar Andi, N Rachma, dan M. Hufon. “Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image*

- Terhadap Keputusan Pembelian Produk Greenlight (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Islam Malang).” *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 7, No. 4 (2018) - 14 September, 2019 - <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/1166>.
- Ginting, Nembah F. Hartimbul. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Yrama Widya, 2011.
- Hartati, Neneng. *Statistika Untuk Analisis Data Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia, 2017.
- Hasson, Bruno. *Fashion Branding: 7 Jurus Sukses Branding Bisnis MLM Fashion*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Hisanuddin, Iip Irawan. “Pengaruh Citra Merek Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi kasus pada Bank Syariah di Kota Bandung).” *SCIENTICA* 2, No. 2 (2015) - 30 Oktober, 2019 - <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/scientica/article/view/2451/pdf>.
- Kara, Muslimin, Rika Dwi Ayu Parmitasari, Zulfahmi Alwi dan Risna. “Bauran Pemasaran Jasa dan Tingkat Hunian Pada Hotel Al-badar Syariah.” *LAA MAISYIR* 6, No. 1 (2019) - 30 Oktober, 2019 - <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/lamaisyir/article/view/9412/6580>.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kriyantono, Rachmat. *Public Relation Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat Edisi Kedua, Cetakan Ke-4*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2016.
- Maghfiroh, As'alul, Zainul Arifin, dan Sunarti. “Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Binis Tahun Angkatan 2013/2014 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Pembeli Indosat Ooredoo).” *Jurnal*

- Administrasi Bisnis* 40, No.1 (2016) - 24 September, 2019 - <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1592>.
- Maslakhah, Arinda Nur. "Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Mascara Oriflame (Studi Pada Konsumen Mascara Oriflame Wilayah Surabaya Pusat)," *Jurnal Ilmu Manajemen* 6, No. 4 (2018) - 14 September, 2019 - <http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/24481>.
- Mirza, Mochamad. "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Handphone Merek Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa Tahun 2012-2013 Mabna Putra Ma'had Sunan Ampel Al-Ali Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang)." *Skripsi, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*, 2013 - 30 Oktober, 2019 - <http://etheses.uin-malang.ac.id/7638/>.
- Moriarty, Sandra, Nancy Mitchell, dan William Wells. *Advertising. Ed. 8. Cet. 1*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Morissan. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana, 2015.
- Mutiarani, Sarah. "Bisnis Multi Level MarketinG Oriflame Menurut Tinjauan HUKUM Islam." *Skripsi, IAIN Surakarta*, 2017 - 21 November, 2019 - <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/378/>.
- Novirina, Ikanita, Sulistyari, dan Yoestini, "Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang)," *Diponegoro Journal Of Management* 1, No. 1 (2012) - 14 September, 2019 - <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Payadna, I Putu Ade Andre dan I Putu Agung Ngurah Trisna Jayantika. *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.

- Pratiwanggini, Wiwin. "Basic Skincare #1: Love Nature." -
25 Desember, 2019.
<https://pratiwanggini.com/basic-skin-care-1-love-nature/>.
- Priyatno, Dwi. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: MediaKom, 2010.
- Purnomo, Rochmat Aldy. *Analisis Statistika Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS, Cetakan Ketiga*. Ponorogo: Wade Group, 2017.
- Putri, Aditia Lissa. "Pengaruh Atribut Produk Islam, Komitmen Agama, Kualitas Jasa dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pada KJKSBMT Dana Mulia Mangu)." *Skripsi, IAIN Surakarta*, 2017 - 30 Oktober, 2019 - <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/372/>.
- Rina, Ni Made. "Brand Ambassador Oriflame - Siapa Mereka?" August 12, 2017.
<https://diamondberdua.com/2017/08/12/brand-ambassador-oriflame-siapa-mereka/>.
- Rohana, R, Agustini, dan IA Ratnamulyani. "Strategi Komunikasi Pemasaran *Multilevel Marketing* Oriflame Terhadap Kepercayaan Distributor Sebagai Mitra Usaha," *Jurnal Komunikatio ISSN 2442-3882* 1, No. 2 (2015) - diakses pada 25 September, 2019 - <https://unida.ac.id/ojs/index.php/JK/article/view/169>.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen (Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian)*. Yogyakarta: Andi Offset, 2013.
- Sari, Dwi Oktaviana, Widiartanto, dan Sari Listyorini. "Pengaruh Atribut Produk, *Celebrity Endorser* dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus pada Mahasiswi S-1 FISIP UNDIP)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 4, No. 3 (2015) - 14 September, 2019 - <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/8877>.

- Sari, Etika. "14 Kantor Cabang Oriflame." Etikasari (Wordpress). - 25 Desember, 2019. <https://etikasarihappy.wordpress.com/tag/14-kantor-cabang-oriflame/>.
- Septasari, Rici, Stevani, dan Dina Amaluis. "Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image*, Atribut Produk dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pop pada Dealer Cempaka Motor Kliran Jao Kabupaten Sijunjung." *Repository STKIP PGRI Sumatera Barat* - 8 Oktober, 2019 - <http://repo.stkip-pgri-sumbar.ac.id/id/eprint/859/>.
- Setyanto, Linggar Eka, Zainul Arifin, dan Sunarti, "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pembeli Apple iPhone pada Mahasiswa/Mahasiswi S1 Fakultas Ilmu Administrasi Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2013/2014 Universitas Brawijaya Malang)," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 46, No. 2 (2017) - 20 Oktober, 2019 - <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1805>.
- Siagian, Dergibson dan Sugiarto. *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Simanjuntak, Bungaran Antonius dan Soedjito Sosrodihardjo. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014.
- Sintani, Laurencia. "Pengaruh Penggunaan *Celebrity Endorser* Isyana Sarasvati dalam Iklan "*Isyana vs Gangster*" Terhadap *Brand Awareness* Masyarakat Surabaya." *Jurnal E-Komunikasi* 4, No. 1 (2016) - 16 Oktober, 2019 - <https://media.neliti.com/media/publications/82789-ID-pengaruh-penggunaan-celebrity-endorser-i.pdf>.
- Sondakh, Conny. "Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado)." *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* 3, No.1 (2014) - 30 Oktober,

- 2019 -
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jrbm/article/view/7525>.
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset, 2016.
- Suliyanto. *Metode Riset Bisnis*, Yogyakarta: Andi Offset, 2006.
- Usman, Husaini dan Purnomo Setiady. *Pengantar Statistika*, Jakarta: Bumi Aksara, 2003.
- Waluya, Bagja, *Sosiologi: Menyelami Fenomena Sosial di Masyarakat*. Bandung: Setia Purna Inves, 2007.
- “Oriflame Sweden.” - 25 Desember, 2019.
<https://id.oriflame.com/>.
- “Oriflame Sweden.” - 19 November, 2019.
<https://id.oriflame.com/>.
- “Top Brand Award.” - 27 September, 2019.
https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=oriflame.

