

DAFTAR PUSTAKA

- Adisty, N. (2022). *Tumbuh Pesat, Pemakaian Produk Kecantikan di Indonesia Kian Meningkat*. Goodstats. <https://goodstats.id/article/menilik-meningkatnya-konsumsi-produk-kecantikan-di-indonesia-LcQed>
- Aditya, I. (2022). *Perusahaan Kosmetik Di Indonesia Tumbuh 20,6 Persen*. Krjogja.Com. <https://www.krjogja.com/peristiwa/read/497680/perusahaan-kosmetik-di-indonesia-tumbuh-206-persen>
- Alessandrina, D. (2022). *Ini Alasan Somethinc Gandeng BA Asal Korea Selatan*. Marketeers. <https://www.marketeers.com/ini-alasan-somethinc-gandeng-ba-asal-korea-selatan/>
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ayantunji, G. (2007). *Proceeding of the Salford Postgraduated Annual Research Conference*. SPARC.
- Basuki, I. N. (2021). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Harga, Dan Pemberian Hadiah Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Ghealsyshoes Malang Jawa Timur)*.
- Compas. (2022). *10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace*. Compas. <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>
- FADILA, D., Wahab, Z., & Isnurhadi, I. (2021). *Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mustika Ratu 4(April), 182–189*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kompas. (2022). *Bisa Bertemu Langsung, Ini Special Package dari Somethinc x NCT Dream*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/parapuan/read/533133771/bisa-bertemu-langsung-ini-special-package-dari-somethinc-x-nct-dream>
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (Edisi16 ed.). United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Lokal, L. S. (n.d.). *Strategi Pemasaran Somethinc Yang Sukses Hingga Go Internasional*. LokalSupportLokal. https://lokalsupportlokal.id/strategi-pemasaran-somethinc-yang-sukses-hingga-go-internasional/#2_NCT_Dream

- Paramitha, M. P., Ekonomi, F., & Brawijaya, U. (2022). Pengaruh Brand Ambassador , Brand Image , dan Brand Awareness Terhadap Purchase Decision MS Glow di Indonesia atau Rencana Induk Pembangunan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1–18.
- Royan, F. (2004). *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sagia, A., & Situmorang, S. H. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 286–298. <https://doi.org/10.31843/jmbi.v5i2.168>
- Salsabillah, F. F., & Wardani, N. I. K. (2023). *J-MAS*. 8(1), 442–449. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.775>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Method for Bussiness*. United Kingdom: John Wiley & Sons.
- Siskhawati, L., & Maulana, H. A. (2021). The Influence of Brand Ambassador And Korean Wave on Purchase Decision For Neo Coffe Products. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 24, 1–7.
- Siswandi, R. A. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Korea Wave, Brand Image, Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Kasus pada konsumen produk kosmetik Korea Selatan Nature Republic di kota Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(9).
- Sukmawati, D. A. R., Mathori, M., & Marzuki, A. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 579–599. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.487>
- Taylor, G. A., & Neslin, S. A. (2005). The current and future sales impact of a retail frequency reward program. *Journal of Retailing*, 81(4), 293–305. <https://doi.org/10.1016/J.JRETAI.2004.11.004>
- Utomo, D. C., Ariningsih, E. P., & Saputra, M. H. (n.d.). *Pengaruh Potongan Harga, Pemberian Hadiah, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Alfamart Kota Purworejo*.
- Wulandari, S. (2022). *Jadi Brand Ambassador Somethinc, ini 9 potret NCT Dream berseragam SMA*. <https://www.brilio.net/korea/jadi-brand-ambassador-somethinc-ini-9-potret-nct-dream-berseragam-sma-220118i.html>