

DAFTAR PUSTAKA

- Alifah, N.N. (2022). Indonesia Jadi Negara dengan Fans K-Pop Terbanyak di Dunia. *Website Goodstats*. https://goodstats.id/article/indonesia-masuk-peringkat-pertama-dengan-fans-k-pop-terbanyak-di-dunia-6w71d#google_vignette.
- Amin, A., & Yanti, R. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*. 2(1), 1-14.
- Ari Setyaningrum. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: CV. AndiOffset.
- Brand Skincare Terlaris di E-Commerce. (2022). <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>.
- Buchari Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Penerbit: CV Alfabeta.
- Databooks.<https://databoks.katadata.co.id/produkkonsumen/statistik/670f6c3aad1b1/tingkat-penjualan-produk-kecantikan-di-e-commerce-indonesia>.
- Dwi, D.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Diskon, Dan Keputusan Pembelian Online Maharani Prima Skin Care Di Blitar. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 8–19. doi.org/10.32815/jubis.v2i2.442.
- Dhias, P.K.W., & Eni, K. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga, Variasi Produk, dan Brand Ambassador Gisella Anastasia Terhadap Keputusan Pembelian Produk Madame Gie. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Manajemen Agribisnis Institut Agama Islam Negeri Kudus*. Vol 1 No 1. <http://jurnal.faperta-unras.ac.id/index.php/JUREKMA/article/view/143/141>.
- Fazirah, E. (2022). The Effect Of Brand Ambassador, Brand Image And Product quality On Purchase Decision On Wardah Cosmetics In Surakarta City. *Jurnal Ekobis Dewantara*. Vol. 5 No. 3. https://doi.org/10.26460/ed_en.v5i3.3279.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Strategy)*. Surabaya. Penerbit: CV. Qiara Media.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS. Semarang. Penerbit: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goeliling, A., Devi N.N., Goeliling, A., Sahabuddin, R., & Arimbawa A.P. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific. *Seminar Nasional Teknologi Dan Multidisiplin Ilmu (SEMNASTEKMU)*, 3(2), 49-61. <https://doi.org/10.51903/semnastekmu.v3i2.225>.
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). Konsep Uji Validitas Dan Reabilitas Dengan Menggunakan SPSS. *Jurnal Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*. <http://dx.doi.org/10.31219/osf.io/v9j52>.

- Julianto., Christabel, M., Pipen, W., & Rheci., D.S. (2023). Pengaruh Iklan dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Lemonilo di Kota Palembang. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Dan Perencanaan Kebijakan*. Vol. 1 No 2 Hal 1-10. <https://doi.org/10.47134/jampk.v1i2.44>.
- Kelvin, Prilano., Andriasan, S., & Fajrillah. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal Of Business And Economics Research (JBE)*. Vol 1 No 1. <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i1.56>.
- Kotler Philip., & Gary Armstrong. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1 dan 2. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta. Penerbit: Erlangga.
- Kotler Philip., & Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta. Penerbit: Erlangga.
- Lea-Greenwood, Gaynor. (2012). *Fashion Marketing Communications Ebook*. Ebook: Somerset, NJ, USA:Wiley.
- Market Share Produk Skincare Tahun 2021-2023. <https://markethac.id/>.
- Mega Selvia. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlett Whitening Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akutansi*. Vol 10 No 4. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i4.43797>.
- Muhammad, N.A., Irfan, F.R., Resti, L.G., Dita, A., & Marjam, D.R. (2023). Pengaruh Harga, Brand Ambassador, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis JAMBUR*. Vol. 6 No.2. <https://doi.org/10.37479/jimb.v6i2.19786>.
- Nurul, F., Rachma, N., & Andi, N. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Skincare Whitelab (Studi Kasus Pada Mahasiswi Prodi Manajemen FEB Universitas Islam Malang. *Journal University of Islam Malang Library & Archives*. 12(02).
- Pamudyaning, S.R., & Mudiantono. (2016). Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Face Care Garnier Di Kota Semarang). *Journal Of Management*, 5(2), 1-12.
- Pratiwi, C.S., & Sidi, A.P. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Body Whitening. *Jurnal Ekonomi*, 18(1), 192-204. <https://doi.org/10.31967/relasi.v18i1.531>.

- Rahma, A.N., Firdaus, V., & Sari, D.K. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Produk Skincare Scarlett Whitening Di Sidoharjo. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*. 7(2), 2597-5234
<https://doi.org/10.31539/costing.v7i2.7643>.
- Rizal, U.A.F., Metik, E., & Ambar, R.A. (2023). Pengaruh *Brand Ambassdor*, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc. *Journal Efektif Janabadra*. Vol 14 NO 1.
- Royan, Frans M. (2005). *Marketing Celebrities*. Jakarta. Penerbit: PT. Elex Media Komputindo.
- Salsabila, I.W.S., & Bangsawan, S. (2023). The Influence of NCT 127 as a Brand Ambassador and Brand Trust on Consumer Purchase Devisions at Blibli Online Shopping Site (Study On NCT 127 fans in Bandar Lampung). *Internasional Journal of Regional Innovation Articles*. <https://doi.org/10.52000/ijori.v3i2.76>. Vol. 3 No. 2.
- Sangadji dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen, Cetakan Pertama*. Yogyakarta. Penerbit : CV. Andi Offset.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6, Buku 1&2. Penerbit: Salemba Empat. Jakarta Selatan.
- Somethinc. <https://www.instagram.com/somethincofficial?igsh=NzRscnQxMjNiZ3Fq>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta. Penerbit: CV Andi Offset.
- Trends Popularitas Tahun 2019-2023.
<https://trends.google.co.id/trends/explore?date=now%201d&geo=ID&q=trends%20popularitas%20tahun%202019-2023&hl=id>.
- Zahra, A.F.A., & Sudrajat, R.H. (2021). Pengaruh Brand Ambassador NCT 127 Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic. *Journal Open Library Publications Of Telkom University*. Vol. 8 No.2. 228-237.
<https://doi.org/10.32816/dialektika.v8i2.1978>.