

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Al Idrus, S., & MM, M. A. (2021). *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian: Konsep dan Teori*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Amelia, S. (2026). *Pengaruh Kompetensi Brand Representative Dan Citra Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Consumer Engagement Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen Wardah di Topshop Bandar Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).
- Andora, M., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Pelanggan Pada Platform Shopee. *Jurnal Manajerial*, 20(2), 208-216.
- Aprianti, W., & Tjiptodjoi, K. Ii. (2023). Pengaruh *Brand ambassador*. *Brand Awareness* dan *Brand image* terhadap Keputusan Pembelian *Skincare Scarlett Whitening*. *JiliP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(2), 1275-1282.
- Aripin, D. K., & Pradana, W. D. (2024). Pengaruh *live streaming* dan *brand image* terhadap Keputusan Pembelian produk *The Originote* pada pengguna Tiktok Shop di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of Management and Social Sciences*, 3(3), 200-212.
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2021). Pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian sepatu merek Converse. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 2(2), 204-219.
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap Keputusan Pembelian HP merek Oppo di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 5(1), 61-75.
- Chuswondo, F. A. A., Basalamah, M. R., & Arsyianto, M. T. (2023). Pengaruh Harga Lokasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Sumber Gentong. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Fachrurrozie, F., Fauzi, A., Prasetyo, E. T., Cahyani, A. I., Claudia, G., Zulfahra, R. N., & Maulana, A. A. (2024). Peran brand ambassador di e-commerce. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(6), 2693-2704.
- Fauzii, R. U. A., Esmike, M., & Ardi ningrum, A. R. (2023). Pengaruh *brand ambassador*. kualitas produk dan harga terhadap Keputusan Pembelian produk *Somethinc*. *Efektif: Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. 14(1 Juni), 58-78.

- Fitri, N., Rachma, N., & Normaladewi, A. (2023). Pengaruh *brand ambassador*, harga, dan kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada skincare Whitelab (Studi kasus pada mahasiswi prodi Manajemen FEB Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Ghozali, I. 2018. Analisis Multivariate dengan PRO gram IBM SPSS 23 (4 (ed): 8th ed.). Badan Penerbit Universitas Di ponegoro.
- GoodStats. (2026). *10 brand skincare terlaris di Indonesia tahun 2026*. <https://goodstats.id>
- Grand View Research. (2026). *Facial skincare market size, share & trends analysis report*. <https://www.grandviewresearch.com/>
- Hamali, A. Y., & SS, M. (2017). Pemahaman Kewirausahaan. Prenada Media.
- Hendayana, Y., & Afifah, N. M. (2020). Pengaruh brand ambassador dan Korean wave terhadap minat belanja online melalui marketplace Tokopedia. *Kinerja*, 3(02), 204-218.
- Kotler, P., & Armstrong, G (2018). *Principles of Marketing Global Edition* 17th Edition. London: Pearson Education.
- Lestari, I. F. A., Samboro, J., & Murtiyanto, R. K. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian di Rayz UMM Hotel Malang. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(3), 1451-1464.
- Lina, R., & Sitohang, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk. Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc (Studi Pada Mahasiswa Stiesia Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 12(7).
- Maulidah, R., Mardani, R. M., & Arsyianto, M. T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek AQUA di Kota Malang (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Nurjaya, N., Dutawaskita, N. I., Erlangga, H., Hastono, H., & Sunarsi, D. (2022). Pengaruh Personal Selling Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan Pada PT. Lautan Surga di Jakarta. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 80-92.
- Pandjaitan, D. R. H., & Aripin, A. (2017). Metode penelitian untuk bisnis.

- Puspitasari, N., Aphrodite, N., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Promosi, Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Beli Produk Somethinc. *Warta Dharmawangsa*, 17(1), 302-314.
- Putri, M. A., & Saputro, E. P. (2025). Pengaruh Promosi dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Somethinc Melalui Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 16(1), 1-14.
- Putri, N. Z., & Fauzi, R. U. A. (2024, September). Pengaruh Promosi Brand ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc (Studi Kasus Pemakaian Produk Somethinc Kota Madiun).
- 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 Sidoarjo. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COiSTiING)*, 7(2), 3275-3292.
- Rozi, I. A., & Khuzaini, K. (2021). PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MARKETPLACE SHOPEE. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(5).
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmawati, D. A. R., Mathori, M., & Marzuki, A. (2022). Pengaruh Promosi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc:(Studi pada Konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Riiset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*. 2(2), 579-599.
- Ummat, R., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh kualitas produk, brand ambassador dan persepsi harga terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(6), 2279-2291.
- Ursavaş, Ö. F. (2022). Theory of planned behavior. In *Open and Distance Education Theory Revisited* (Springer Texts in Education). Springer.
- Wahyuningrum, M. S., Febrilia, I., & Fidhyallah, N. F. (2023). Pengaruh Online Consumer Reviews dan Promosi Menggunakan Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 4(2), 359-373.
- Waluyan, G. A., Lumanauw, B., & Ro gi, M. H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk. Brand ambassador Dan Korean wave Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa S-1 Pengguna Skincare Scarlet Whitening Di Fakultas Ekonomi

Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riiset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntans*, 11(1), 42-51.

Werang, B. Redan. 2020. "Pendekatan Kuantitatif Dalam Penelitian Sosial.

Yasmin, S. (2023). Pengaruh penggunaan slogan pada iklan terhadap Keputusan Pembelian konsumen teh botol sosro dengan mediasi kesadaran merek.

