

DAFTAR RUJUKAN

- Ade, S. M. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Toi. *Jurnal Ekonomi*, 7(2), 113–125. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.240>
- Aprianti, W., & Tjiptodjojo, K. I. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Awareness dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(2), 1275–1282. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i2.1645>
- Ayu, R. S., Survival, & Budiantono, B. (2023). Pengaruh Brand Experience dan Brand Image Terhadap Keputusan Pelanggan Yang Dimoderasi Kualitas Pelyanan (Studi pada Pelanggan CV. Indo RSVP Group di Kota Malang). *Jurnal Economina*, 2(4), 919–933. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i4.457>
- Gunawan, P. A., & Kunto, Y. S. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Nutrition Label Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Lemonilo: Efek Moderasi Orientasi Makanan Sehat. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1), 48–56. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.1.48-56>
- Isbet, N. O., Darmaji, A. P., Hidayat, Y., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik MS Glow. *YUME : Journal of Management*, 5(3), 180–190. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.4574>
- Lumintang, G., Areros, A. A., & Tamengkel, L. F. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil Karunia Kiawa. *Productivity*, 4(2), 229–238.
- Maknun, L., & Mahendri, W. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Customer Experience Terhadap Word of Mouth Pada Skincare Brand Emina. *Journal of Information Systems Management and Digital Business*, 1(2), 33–42. <https://doi.org/10.59407/jismdb.v1i2.183>
- Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi). *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(3), 1370–1385.
- Novita, D., Putri, Y., Amallia, A., Yoga, T. C., & Ridhaningsih, F. (2024). *Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Buying Pada E-*

- Commerce Tokopedia (Studi Kasus Pelanggan Tokopedia Kota Padang)*. 1(1), 1–23.
- Violet, R. Z., & Purnamasari, O. (2025). Pengaruh Nicholas Saputra sebagai Brand Ambassador terhadap Minat Beli Kanzler Crispy Chicken Nugget. *Sosial Simbiosis : Jurnal Integrasi Ilmu Sosial Dan Politik*, 2(2).
- Aprianti, W., & Tjiptodjojo, K. I. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Awareness dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(2), 1275–1282. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i2.1645>
- Dahmiri, D., Hasbullah, H., & Sari, S. S. (2020). Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(1), 15–22. <https://doi.org/10.22437/jmk.v9i1.9235>
- Dewi, A. R., & Fadli, J. A. (2022). Pengaruh Penggunaan Bangtan Boys Menjadi Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Kepada E-Commerce Tokopedia Dengan Memediasi Brand Image dan Brand Awareness. *Journal of Applied in Business Management and Accounting*, XX(Xx), 14–26. <https://intropublicia.org/index.php/jabma>
- Lestari, D., Asriani, A., Ningsih, N. W., Rosilawati, W., & Amrina, D. H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Dalam Perspektif Manajemen Islam. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 65–86. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.10321>
- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: Free Press.
- Andrews, J. C., & Shimp, T. A. (2018). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications*. South- Western Cengage Learning.
- Barnes, D., & Greenwood, A. (2018). *Strategic Brand Management*. Pearson.
- Childers, T. L. (2019). *Consumer Behavior in Digital Age*. Journal of Consumer Research.
- Firmansyah, H. (2019). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Empat.

- Herawati, D. (2023). Efektivitas Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran*, 15(2), 122–130.
- Hidayat, R. (2022). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Lokal. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Hidayat, R., & Pratiwi, S. (2023). Strategi Pemasaran Produk Kosmetik di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(1), 45–52.
- Joko Untoro. (2010). *Dasar-Dasar Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1–22.
- Keller, K. L. (2020). *Strategic Brand Management* (5th ed.). Pearson.
- Kotler, P. (2018). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Mahendra, I., & Kusdiyanto, S. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Harga terhadap Minat Beli Pelanggan Shopee. *Jurnal Bisnis Digital*, 8(3), 77–85.
- Mulyaningsih, E. (2023). Peran Influencer Marketing dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Kecantikan. *Jurnal Komunikasi Pemasaran*.
- Ningsih, Y. (2023). Brand Image dan Loyalitas Konsumen Produk Kosmetik Remaja. *Jurnal Riset Pemasaran*.
- Prasetyo, A. (2020). Pengaruh Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Produk Konsumen Muda. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 10(1), 55–60.
- Pratiwi, L., & Sari, R. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Modern*.
- Putri, R., & Lestari, M. (2022). Harga dan Kualitas Produk dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*.

- Putri, W., & Sari, D. (2021). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Kalangan Remaja. *Jurnal Pemasaran*.
- Rachman, M. (2024). Pengaruh Brand Ambassador dan Harga terhadap Niat Beli Konsumen Scarlett di Gereja Polonia. *Jurnal Bisnis Strategis*, 7(2), 66–74.
- Sari, N., & Nugroho, R. (2019). Analisis Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kosmetik Lokal. *Jurnal Manajemen*.
- Septiayu, D. (2023). Strategi Efektif Brand Ambassador di Era Media Sosial. *Jurnal Digital Branding*, 6(1), 21–30.
- Setiawan, D. (2023). Pengaruh Brand Image dan Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kosmetik Lokal di Kalangan Remaja. *Jurnal Ilmu Pemasaran*.
- Utami, S., & Anjani, D. (2021). Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Lokal. *Jurnal Pemasaran Strategis*.