

DAFTAR PUSTAKA

- Addini, A. Y., & Vitriya, R. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran 7p Terhadap Keputusan Pembelian Mixue Ice Cream & Tea (Studi Kasus di Jalan Usman Sadar Gresik). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Kreatif*, 9(01), 24–33. <https://doi.org/10.59179/jek.v9i01.118>
- Adilfi, N., & Yuldinawati, L. (2024). The Influence Of Innovation And Product Quality On The Competitive Advantage Of Compass Products. *Eduvest - Journal of Universal Studies*, 4(9), 7983–7995. <https://doi.org/10.59188/eduvest.v4i9.17486>
- Alhadi & Kusuma, J., Alhadi, U., Kusuma, A. B., Top, T., Index, B., & Brand, N. (2025). Pengaruh Brand Image dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Domino ' s Pizza Ciputat Timur. *Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi*, 3(4), 202–216.
- Alia, N. A., & Sofia, E. (2023). The Influence of Product Quality and Price on Purchasing Decisions for The Originote Skincare Products (Case Study of The Originote Users , South Jakarta). *Journal of Management and Energy Business*, 03(02), 37–47.
- Amalia Hendarsin, A. M. C., Reggy, Z., Putri, G., & Widita, A. (2024). Utilizing K-Pop Idols as Brand Ambassadors to Increase Brand Awareness in Social Media. *Procedia Computer Science*, 234, 787–794. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.03.065>
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Anandyara & Samiono, E-trust, P. I. M. (2022). Analisis Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Purchase Intention Melalui E-Trust, E-WOM, Brand Awareness Dan Attitude Towards Advertisment Pada E- Commerce Lazada. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 03(03), 113–123.
- Arda, M., & Andriany, D. (2023). The Influence Of Product Quality , Price And Electronic Word Of Mouth On The Purchase Decision Of Ms Glow Skincare. *International Journal of Educational Review, Law And Social Sciences (IJERLAS)*, 3(4), 1246–1256.
- Arfah & Sari, J., Mea, I., Tinggi, S., Manajemen, I., Sukma, S., & Medan, K. (2024). Strategi Penerapan Customer Relationship Management Terhadap Keputusan Pembelian Produk Alat Bantu Dengar Di Cv . Earsound JIMEA | *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 8(2), 1190–1202.

- Arianto & Giovanni, Rosselivia, V., & Ekowati, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 3(2), 99–108. <https://doi.org/10.61567/jmmib.v3i2.122>
- Ariany, E., & Wangdra, Y. (2025). The Influence of Brand Ambassador , Brand Image , and Brand Awareness on Decisions to Purchase Skincare. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 11(1), 76–86.
- Aruna, S. T., Hariasih, M., & Pebrianggara, A. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier Sakura Glow. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akutansi)*, 8(2), 228–245.
- Asrida, P. D., Saputra, I. G. A. A., & Nasuhi, M. C. (2024). the Influence of Price on the Decision To Purchase Percard Which Is Mediated By Consumer Behavior. *Indonesian Journal of Educational Development (IJED)*, 5(1), 114–126. <https://doi.org/10.59672/ijed.v5i1.3645>
- Azhari, M. A., & Murtani, A. (2025). The Influence Of Brand Ambassadors, Halal Labeling, And Price On Purchase Decisions Of Wardah Skincare Products Among Generation Z In Medan. *Jurnal Hukum Islam dan Humaniora (A H K A M)*, 4(September 2025), 1019–1038.
- Baskara, E., Sudodo, Y., & Fietroh, M. N. (2018). *Terhadap Keputusan Pembelian (Minimarket Indomaret Wilayah Sumbawa Besar)*.
- Berutu, A. I. R., Fitri, N., Husna, M., & Benazira, A. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Smartphone Iphone terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi*, 2(4), 456–476.
- Cakranegara, P. A., Kurniadi, W., Sampe, F., Pangemanan, J., & Jaya, U. A. (2022). The Impact Of Goods Product Pricing Strategies On Consumer Purchasing Power : A Review Of The Literature. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 1115–1120.
- Deepana & Vani, P. (2023). Impact Of Celebrity Endorsement On Consumer Buying Behavior. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research (JETIR)*, 10(4), 23–29.
- Diyanti, J. (2022). Pengaruh Bts Sebagai Brand Ambassador Dan Brand Image Melalui Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Tokopedia. *Journal of Advances in Digital Business and Entrepreneurship*, 01(02), 16–33.
- Edyansyah & Ahyar, District, B. S., City, L., Attitude, C., Decision, P., Edyansyah, T., Ahyar, J., Ekonomi, D. F., & Author, C. (2021). Pengaruh Faktor Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Mild Di Kecamatan Banda Sakti Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner*

& *Strategis*, 10(1), 69–78.

Ernawati, R., Dwi Anastasia, & Argo Jenji. (2021). Analisis pengaruh promosi, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98.

Fauziah & Supriyono, A. N. (2023). The Effect of Product Quality and Price Perceptions on Purchase Decisions of Scarlett Body Lotion at Vilshop , Madiun City. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital (MINISTAL)*, 2(3), 639–664.

Febrian, Y. (2023). *Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting Dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Yazzbrand Di Kabupaten Bireuen*. 10.

Firman, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah. *Jesya*, 5(2), 1549–1562. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.773>

Ghongade & Surwade, S. (2023). Impact Of Celebrity Endorsement On Consumer Buying Behavior. *SHODIISAMHITA QilErtBar rssN*, X(X), 87–94.

Guliling, G., Obon, W., & Meylano, N. H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Scoopy pada Konsumen CV . Agung Mandiri Motor. *Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi*, 2(4), 144–166.

Gupta & Mishra, G. (2021). The Study on Impact of Celebrity Endorsement on Consumer Buying Behaviour. *Remarking An Analisation*, 6(5), 38–47.

Haque, marissa grace. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT . Berlian Multitama di Jakarta. *E-MABIS : Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 21(1), 31–38.

Harikha, N. S., Aji, G., Fahreza, I. A., & Fiana, F. Q. (2024). Implementation of Marketing Mix on Purchasing Decisions in the Mixue Comal Drink Industry. *Journal Of Management Analytical and Solution (JoMAS)*, 4(1), 19–24. <https://doi.org/10.32734/jomas.v4i1.14522>

Hidayat, A. N., Tanuwijaya, H., & Suhandiah, S. (2025). Analisis Pengaruh Brand Image , Kualitas Produk , dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Printer Canon di Surabaya. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 6(8), 3059–3075.

Hilary, D. (2021). Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk Pt . Menjangan Sakti. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 9(1).

- Ihsan, K., Di, P., Bappeda, K., Sintang, K., & Ihsan, Z. (2023). *Analisis Gaya Kepemimpinan Dan Motivasi Dalam Meningkatkan Kepuasan Kerja Pegawai di Kantor BAPPEDA Kabupaten Sintang. 1*, 31–41.
- Imdilah, I., Anwar, S. M., & Pajariato, H. (2025). Analysis Of The Influence Of Product Quality, Price And Brand Image On Skintific Skincare Purchase Decisions Among Student. *Bima Journal - Bussiness Management and Accounting*, 6(1), 515–526.
- Jejen & Sudarman, Pelayanan, K., & Pembelian, K. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen. *EKUILNOMI: Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 6(3), 486–494.
- Kartika, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Serta Kepercayaan Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shoope Di Semarang. *JPRO*, 2(1), 73–82.
- Khaqiqi, A. I., Hidayah, L. N., Lathifah, A. R., & Septiara, D. (2021). Pengaruh Promosi , Harga , dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Online Shop: Studi Pada Customer Lamongan. *Journal of Economics, Management, and Business Research (JEMBER)*, 2(1), 239–250.
- Kharisma, Terhadap, P., & Pembelian, K. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Tempat dan Promosi) Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Pisang Mahameru*.
- Kridaningsih, A. (2023). A Study Of The Role Of Price , Product Quality , And Brand Image On Purchasing Decisions For Cosmeticts Products. *ISSE : International Journal Of Service Science, Management, Engineering and Technology.*, 3(1), 21–25.
- Kutrami, P., Merek, C., Kualitas, D. A. N., & Terhadap, P. (2024). Pengaruh harga, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk skincare azarine. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Lestari, F. B., & Chairani, R. (2024). Pengaruh brand ambassador dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sunscreen azarine di kota Bekasi. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(6), 534–540.
- Lestari, A. T., & Cahya, S. B. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Korea Lee Minho , Kualitas Produk , Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Azarine (Studi Pada Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomika Dan Bisnis 11(2).
- Malihah, L. (2022). Analisis Kualitas Produk Scooter Matic Ditinjau Dari Sisi Konsumen Muslimah. *J-EBIS (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 7(April), 87–106. <https://doi.org/10.32505/j-ebis.v7i1.3998>

- Mamesa, R. S., Wibowo, S. A., & Wandebori, H. (2024). Proposed Marketing Strategy to Increase Sales in Indonesia Private Hospitals. *International Journal of Current Science Research and Review*, 07(09), 7017–7026. <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/v7-i9-20>
- Muthmainnah et al., A. (2023). The Influence Of Price And Product Quality On Customer Satisfaction With Purchase Decision As Mediation Variable In Somethinc Serum Skincare Products In Indonesia. *Jurnal Ekonomi*, 12(04), 1925–1938.
- Mutia et al., S. (2026). The Influence of Brand Image and Product Quality on Purchasing Decisions for Avoskin Skincare Products Mediated by Consumer Trust in Ternate City. *International Journal Of Business Law and Ealuvation (IJBLE)*, 7(1), 247–254.
- Nasti, N., Lubis, A. H., & Ms, A. R. (2024). Analysis of the Influence of Consumer Behavior on Purchasing Decisions in the E-Commerce Industry. *International Journal of Economics*, 3(2), 870–875. <https://doi.org/10.55299/ijec.v3i2.996>
- Nugroho, T. P. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Erigo. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(02), 84–91. <https://doi.org/10.56127/jukim.v2i02.597>
- Nurhilmi, C. (2025). *Pengaruh Likuiditas Terhadap Profitabilitas Di Perumda BPR Garut : Study Empiris Tahun 2019-2023*. 2(3), 476–487.
- Ohoitenan, E., Arief, M., & Edastama, P. (2025). The Effect of Price , Product Quality , and Brand Image on The Originote Skincare Product Purchase Decision. *Neo Journal Of Economy and Social Humanities (NEJESH)*, 4(1), 146–157.
- Poluan, J., & Karuntu, M. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Layanan Terhadap Minat Beli Sapi Potong Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Pasar Beriman Kota Tomohon Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA*, 10(1), 1075–1088. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/38739/35295>
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUN : Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46.
- Putri, M. O., & Sabardini, S. E. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Kasus Produk Skincare Whitelab Pada Masyarakat Di Yogyakarta). *Cakrawangsa Bisnis*, 4(1), 1–10.
- Rachmadani & Soebiantoro, P., Yamin, A., & Kertajaya, G. (2022). Pengaruh Cita Rasa dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Ayam

- Yamin Gubeng Kertajaya Surabaya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 1–10.
- Rahmadi, E., Amran, A., Endorser, C., & Pembelian, K. (2024). Strategi Tiktok Live Streaming Dan Celebrity Endorser Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Usaha*, 5(2), 19–33.
- Ramadhan & Budiarti Ilmu, J., & Manajemen, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Es Teh. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 13(1).
- Retisa, N. P., Rustam, A., & Arifwangsa, A. (2025). Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Penjualan pada Usaha Ikan Kabupaten Takalar. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 4(2), 197–212.
- Rhokim, A. N., Setiawati, I., Gultom, H. C., & Semarang, K. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening di UMKM Kacang Kulit Cap AS. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(4), 233–243.
- Riady, S., Widya, U., & Pontianak, D. (2023). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk coklat l'agie pada pt surya abadi persada di pontianak. *Bisma*, 8(6), 1470–1483.
- Roberto, Manajemen, P. S., Mercu, U., & Yogyakarta, B. (2025). Pengaruh Experiential Marketing , Brand Ambassador , Electronic Word of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Lokal Merek ‘ Somethinc ’ Local Cosmetic ‘ Somethinc .’ *Journal of Indonesia Economic Research*, 3(2), 63–77.
- Rosselivia, V., Ekowati, S., & Bengkulu, U. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus pada konsumen toko amelia bakery & cake Bengkulu). *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 3(2), 99–108.
- Ruri & Purnamawati, A., & Satvika, R. (2022). E-Commerce: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Perbankan (JUMPA)*, 9(3), 60–72. <https://doi.org/10.55963/jumpa.v9i3.490>
- Salsabila & Soliha Ekonomi, J. (2023). *The Influence Of Brand Image , Product Quality And Price Perception On Samsung Smartphone Purchase Decisions (Study on Samsung HP Customers in SMS Shop Matahari Simpanglima Semarang)*. 12(03), 614–623.
- Santika, N. M. (2023). The Influence of Price Perception and Product Quality on Luxcrime Cosmetics Purchase Decisions Post-Covid-19 Pandemic. *International Journal Of Asian Business and Management (IJABM)*, 2(4), 641–652.

- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literatur Review Keputusan Pembelian dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *JMPIS (Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial)*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Seruni, N. N. A., Suryaniadi, S. M., & Dewi, N. I. K. (2024). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Minat Pembelian Produk Kecantikan Brand Azarine Pada Generasi Z: Studi Kasus Kabupaten Badung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(3), 885–900. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i3.4534>
- Setyowati et al., A. F. (2025). International Journal of Economics and The Effect of Product Quality and Product Price on Purchasing Decisions At Street Bar Coffee Jember. *International Journal of Economics and Management Research*, 4(3), 195–202.
- Shen, Z. (2025). Interactive or not? Enhancing the interactive effectiveness of virtual brand ambassadors on consumer behavior. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 37(8), 2481–2499. <https://doi.org/10.1108/APJML-09-2024-1221>
- Shintia, N., & Wardhana, M. W. (2023). Efektivitas Daya Tarik Iklan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Bulog pada Perusahaan Umum Bulog Kantor Wilayah Kalimantan Selatan. *BIMA : Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 2(2), 61–69.
- Siahaan et al. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Konten Iklan Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 3(2), 456–478.
- Soleh, M. D., & Wihananto, A. (2024). The Effect of Korean Celebrity as Brand Ambassador and Social Media Marketing Instagram on the Purchasing Decision of Azarine Skincare. *International Research Journal of Economics and Management Studies*, 3(10), 84–93. <https://doi.org/10.56472/25835238/irjems-v3i10p110>
- Sukri et al., F. (2026). Theory of Planned Behavior and its Applications in Marketing Contexts: A Systematic Literature Review and Future Directions. *Ilomata Internasional Journal of Management*, 7(1), 502–523.
- Trimulyani, S., Regitha, A., & Shafera, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Brand Ambassador , dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Azzarine Cosmetic Pada Generasi Z. *Liaison Journal of Engineering*, 3(1), 14–22.
- Tudus, S., Supartono, S., & Satpatmantyo, K. (2023). Brand Ambassador, Brand Image, Dan Shopping Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *The Management Journal of Binaniaga*, 8(1), 71–82. <https://doi.org/10.33062/mjb.v8i1.30>

- Ulfa et al., Booms, B. H., & Bitner, M. J. (2024). Implementasi Marketing MIX 7P. Studi Kasus Pada Klinik Universitas Brawijaya. *journal of management and bussines (JOMB)*, 6, 47–51.
- Upadhyay, J. P., & Singh, S. K. (2024). Celebrity Endorsement and the Buying Behavior in Consumers of Nepal. *JURNAL STIE SEMARANG*, 16(2), 200–209.
- Warouw et al., Terhadap, P., Nasabah, K., Bank, D. I., Manajamen, J., Ekonomi, F., & Ratulangi, U. S. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Perkreditan Rakyat Dana Raya Manado. *Jurnal Berkala Imiah Efisiensi*, 21(04), 57–67.
- Wasik & Mahjudin, Z. (2022). Predicting the Mediation Impact of Brand Image on the Correlational Relationship between Price Perception , Product Quality , Promotion and Purchasing Decision. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 6(12), 144–157.
- Wicaksono & Widodo, Pelayanan, P. K., Dan, H., Terhadap, K., & Konsumen, L. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Surya Pasca Scientia*, 13(1), 1–14.
- Widarmanti, T., & Cahyani, W. A. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal ilmiah manajemen bisnis dan inovasi universitas sam ratulangi (jmibi unsrat)*, 10(2), 1199–1214.
- Zahroh, L. A., & Chasanah, U. (2023). The Effect Of Brand Image , Product Variants And Price Perceptions On Purchasing Decisions For Cosmetic Products. *ISSE : International Journal Of Service Science, Management, Engineering and Technology.*, 4(2), 22–27.
- Zhang YU, Oyyappan DURAI PANDI, Cao XUE, Meng XIANGYU, & Huang DELIN. (2024). The Impact of Brand Ambassadors on Consumer Purchase Intentions. *International Journal of Computational and Experimental Science and Engineering*, 10(4), 2189–2196. <https://doi.org/10.22399/ijcesen.3750>
- Zulaika, S. (2024). Pengaruh Harga Dan Rating Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Berdasarkan Data Sekunder Di E-Commerce. *KEIZAI : Jurnal Kajian Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*, 5(2), 199–213.