

DAFTAR REFERENSI

- Aminah, A., & Widowati, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware di Semarang. *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA)*, 2(02), 179-188.
- Ansari, S., Ansari, G., Ghorri, M. U., & Kazi, A. G. (2019). Impact of brand awareness and social media content marketing on consumer purchase decision. *Journal of Public Value and Administrative Insight*, 2(2), 5-10.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Azmi, T. Z., Taufiqurrahman, H., Adabi, B. C., Marsinem, M., & Wicaksono, E. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Personal Branding Terhadap Keputusan Pembelian. *MARGIN ECO*, 7(2), 101-112.
- Davidson, William. 1998. "Retailing Management." New York: Sixth Edition.
- Dewi, S. N., & Nuzuli, T. (2017). Peran Promotional Mix Sebagai Variabel Moderasi Orientasi Pelanggan Dan Orientasi Pesaing Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Empiris Pada Ukm Rumah Makan Di Kabupaten Sragen). *Ekuilibrium: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 12(2), 140-152.
- Dilasari, Y. S. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rabbani Store Di Kota Magelang (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Diniyah, K. (2021). Pengaruh Country Of Origin Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Korea Selatan Pada Remaja Di Sidoarjo :(Studi Pada Pembelian Merek Nature Republic). *Aplikasi Administrasi: Media Analisa Masalah Administrasi*, 143-151.
- Fauzi, R. U. A., Esmike, M., & Ardiningrum, 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.
- Kawilarang, C. G., Tumbuan, W. J., & Loindong, S. S. 2022. Analisis pengaruh celebrity endorsement, beauty vlogger dan brand image terhadap keputusan pembelian pada produk skincare local somethinc. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 770-779.
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip. 1994. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Alih bahasa Anella Anitawat Hermawan. Jakarta : Salemba Empat
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2014): *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- 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).

- Le, T., Mai, N., Vo, N., Tram, N., & Nguyen, N. (2020). Factors affecting the choice of buying Korean cosmetics. *Management Science Letters*, 10(13), 3097-3106.
- Noor, M. F. (2014). Pengaruh brand image dan brand trust terhadap brand loyalty king thai tea bandung. *Image: Jurnal Riset Manajemen*, 3(2), 109.
- Oladepo, Onigbinde Isaac & Odunlami Samuel Abimbola. 2015. The influence of Brand Image and Promotional Mix on Consumer Buying Decision- A Study of Beverage Consumers in Lagos State, Nigeria, *British Journal of Marketing Studies*, Vol.3, no.4, pp.97-109.
- Plummer, J. T. 2000. How Personality Makes a Difference, *Journal of Advertising Research*, Vol. 40 No.6.
- Prasetyo, A., & Wahyuati, A. (2016). Pengaruh strategi promosi dan word of mouth terhadap keputusan pembelian pada kopiganes. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(1).
- Probosini, D. A., Hidayat, N., & Yusuf, M. (2021). Pengaruh promosi, brand ambassador terhadap keputusan pembelian pengguna market place x dengan brand image sebagai variabel intervening. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan-JBMK*, 2(2), 445-458.
- Purba, W. S. M., Abdullah, S., & Sembiring, E. C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image Sebagai Variable Moderating. *Jurnal Syntax Transformation*, 2(11), 1670-1678.
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap minat beli yang berdampak pada keputusan pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32-46..
- Rahmani, R. G. (2022). Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Somethinc by Irene Ursula) (Doctoral dissertation, Universitas Lampung).
- Romadlona, N. F., Lukitasari, E. H., & Anwar, A. K. (2021). Perancangan Enviromental Graphic Design Thai Tea Serasa Ngetea Boyolali (Doctoral dissertation, Universitas Sahid Surakarta).
- Salem, M. Z. (2018). Effects of perfume packaging on Basque female consumers purchase decision in Spain. *Management Decision*, 56(8), 1748-1768.
- Setiawan, I., Mulyana, D., Prianto, A., Desi, M., & Setyaningrum, R. P. (2023). The effect of brand image and product quality on consumer purchase decisions on “skincare ine’ cosmetic products at the cikarang skin center mediated by word of mouth. *Jurnal Ekonomi*, 12(3), 334-339.
- Sisti Yuandani, S. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada produk skincare somethinc dikelurahan simpang baru kota pekanbaru (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Sriyanto, A., & Utami, D. A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dadone Di Jakarta. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 5(2), 163-175.
- Sterie, W. G., Massie, J., & Soepono, D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor

- Utama Telkomsel Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D* (2nd ed., Vol. 4).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). Pengaruh bauran promosi dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Maybelline di kota Padang.
- Tjiptono. Fandy. 2006. *Manajemen Pelayanan Jasa*. Andi: Yogyakarta.
- Wahyuningtyas, G. I., & Aquinia, A. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Brand Awareness terhadap Purchase Intention Produk Kecantikan Somethinc. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(9), 510-518
- Warraich, H. A., & Ali, T. (2020). The impact of advertising and promotion on purchase decision, sales and profitability of FMCG's (personal care) sector of Pakistan: Case study of Gillette Limited Pakistan and Treet Corporation limited Pakistan. *Journal of Engineering and Economic Development*, 6(1), 1-22.
- Yuliantiningsih, A., & Rahardjo, S. T. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek, Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Bandeng Juwana Elrina). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 695-705.