

DAFTAR PUSTAKA

- Alrarizi. 2019. *Begini Peran Instragram Dalam Strategi Pemasaran Digital*, Tempo.co. Diakses 4 Agustus 2020.
- Amiruddin Idris. 2016. *Ekonomi Publik*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Anang, Firmansyah. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Cetakan Pertama. Jawa Timur: Penerbit Qiara Media.
- Aprianti W, Tjiptodjojo KI. *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Awareness dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening*. JIIP - J Ilm Ilmu Pendidik. 2023;6(2):1275–1282. doi:10.54371/jiip.v6i2.1645
- Aprianto. 2016. *Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pelanggan pada Toko BNI Elektronik kota Lubuklinggau*. Volume 02, No. 01, Februari 2016.
- Armstrong, G dan Kottler, P. 2017. *Principles Of Marketing*. 17th red. New York.
- Dewi FS, Hasanah YN. *Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom), Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Moisturizer Skintific*. *J Ekon Ef*. 2023;5(3):395. doi:10.32493/jee.v5i3.28748
- Direktorat Jenderal Kekayaan Negara. *Generasi “Milenial” Dan Generasi “Kolonial.”* Kemenkeu.go.id. Published 2021. Accessed 24 Oktober 2023. https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-pontianak/baca_artikel/14262/Generasi-Milenial-Dan-Generasi-Kolonial.html
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, Sitinjak, Tony. (2017). *Stratgi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Elianti, lita D., & Pinasti, V.I.S. (2017). *Makna Penggunaan Makeup Sebagai Identitas Diri (Studi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta)*. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 1-18.
- Fajriyah, K dkk. 2019. *Pelaksanaan Penguatan Pendidikan Karakter*, 24(1), 105-113.
- Febriani, Nufan S, dan Wayan Weda Asmara Dewi. 2018. *Teori dan Praktis Riset Pemasaran Komunikasi Terpadu*. Malang: UB press.

- Finfolk - *Penjualan Skincare Skintific Merajalela Finfolk*. Published 2023. Accessed 24 Oktober 2023. <https://finfolk.co/article/money/penjualan-skincare-skintific-meroket-bukti-algoritma-project-s-tiktok-di-indonesia>.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23, Edisi 8. Cetakan Ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 96.
- Gunawan, Imam. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- <https://www.alodokter.com/author/dayana-cintha>. *Mengenal Ceramide Dalam Produk Skincare*. Alodokter. Published September 3, 2021. Accessed October 25, 2023. <https://www.alodokter.com/mengenal-ceramide-dalam-produk-skincare>
- Kotler dan Gray Armstrong. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid I, Edisi Kesembilan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2011). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa: Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid I & 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid I dan 3 Cetakan*. Jakarta: Rajawali.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. 2013. *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Maryati, MC. 2014. *Manajemen Perkantoran Efektif*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Mei Alfionita, Cindy dan Suharyono, dkk. 2016. *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pembelian Oppo Smartphone di Counter Handphone MATOS)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 36 No.1.
- Onigbinde Isaac Oladepo & Odunlami Samuel Abimbola. (2015). *The Influence Of Brand Image and Promotion Mix on Costumer Buying Decision, British Journal of Marketing Studies*, Vol. 3, No. 4, Hal. 97-109.

- Pakpahan, Manutun. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Medan: CV. Rural Development Service.
- Peter dan Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Rani Safitri, B., Soliha, E., & Stikubank Semarang, U. (2023). *The Influence Of Country of Origin, Brand Ambassador And Brand Image On Innisfree Product Purchase Decisions In Semarang City Pengaruh Country of Origin, Brand Ambassador Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Innisfree Di Kota Semarang*. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Nomor 3).
- Riduansyah, Muhammad., dkk. 2016. *Pengaruh Merek, Asosiasi Merek Sepatu Merek Adidas di Adidas Store Mal Olympic Garden Malang*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. VOL XLI No. 1, hal 163-169.
- Sciffman dan Kanuk. 2014. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Shimp, T. (2010). *Advertising, Promotion, and Other Aspects Of Integrated Marketing Communication*. United States: Cengage Learning.
- Siti Seyaningsih. 2011. *Pengaruh Economic Value Added, Market Share, Earnings dan Net Cash Flow Terhadap Return Saham (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Jenis Costumer Goods di Bursa Efek Indonesia Tahun 2004-2007)*. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil* Vol 1 No; 02, hal 79-85.
- Sopiah & Sangaji, Eta Mamang. 2016. *Salemanship (Kepenjualan)*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Soraya, A., & Siregar, O. M. (2021). *Pengaruh Country of Origin dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic pada Mahasiswa di Universitas Sumatera Utara*. *Senriabdi* 2021, 1(1), 400–416. <https://jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/SENRIABDI/article/view/872>
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supangkat AS, Pudjoprastyono H. *Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sariayu Martha Tilaar di Kota*

Surabaya. *Widya Manaj.* 2022;4(2):140–149. doi:10.32795/widyamanajemen.v4i2.2875

Sutrisno. 2004. *Metodologi Reseach 2*. Yogyakarta: Andi Offset.

