

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Kecantikan Merek Innisfree dan Nature Republic di Wilayah Jakarta Utara. *Manajemen*, 36-45.
- Alma, Buchari. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Amstrong, Kotler 2015, "Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition", England : Pearson Education, Inc.
- Aprilia, S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Brand Ambassador Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Ms Glow. *Ilmu Ekonomi*, 3-20.
- Arikunto, Suharsimi. 2016. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ayu, S. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Skincare Nature Republic Aloe Vera di Fakultas Ilmu Budaya Universitas Sumatera Utara). *Manajemen*, 8-23.
- Bailia, J. F., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado. *Jurnal Emba ISSN 2303-1174*, Volume 2 Nomor 3, 1768-1780.
- Buchari Alma., 2016 Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. Alfabeta.
- Chotimah, N. N. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Kalangan Mahasiswa IKIP Muhammadiyah Maumere. *Ekonomi, Sosial, dan Humaniora*, 54-60.
- Dheany, Arumsari. 2012. Analisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) Merek Aqua (Studi pada Konsumen Toko Bhakti Mart KPRI Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah). Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro : Semarang.

- Fandy Tjiptono, 2008 .Strategi Pemasaran, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Fandy Tjiptono. 2014 Pemasaran Jasa. Gramedia.
- Fandi, Tjiptono. 2014. Service, Quality & Satisfaction. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Fazirah, E. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Wardah di Kota Surakarta. *Ekobis Dewantara*, 246-254.
- Gendro,Wiyono. 2011. Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0. Yogyakarta: Percetakan STIM YKPM.
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2009. “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS “. Semarang : UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Hadi, Sutrisno. 2004. Metodologi Research. Yogyakarta: Andi.
- Heruwati, Eni, 2010, Analisis Pengaruh Daya Tarik Kredibilitas dan Keahlian Selebrity Endorser terhadap Brand Awareness dan Keputusan Pembelian, Tesis, Universitas Diponegoro Semarang.
- Herawati, H. (2019). Pengaruh Promosi dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Sariayu Putih Langsung . *Ekonomi dan Bisnis*, 17-35.
- Husein Umar, 2011. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Iriani, A. R. (2020). Pengaruh Kualitas Profuk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di Surabaya. *Ilmu Manajemen* , 1026-1037.
- Lesmana, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah PT Paragon Tehnology And Innovation. *Kompetitif*, 59-72.
- Kim, Kahle. (2006). *Creating Images & The Psychology of Marketing Communication* Routledge.
- Kotler, Keller, 2012. *Marketing Management*, 14th, Person Education.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong, 2014: *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, P. & Keller, K. L. 2014. *Marketing Manajemen Edisi 15Global Edition* England: Pearson Education Limited.
- Kuncoro, Mudrajat. 2011. *Metode Kuantitatif*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen: YKPN.
- Kuspriyono, T. (2016). „Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung (studi pada mahasiswa/i Universitas Gunadarma“. *Jurnal Komunikasi* , Vol 7, hlm 1-7.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. *Fashion Marketing Communications E-book*. Somerset, NJ, USA: Wiley
- Muliyawan, Dewi, dkk. 2013. *A-Z Tentang Kosmetik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Nugroho, Yogi Andika Amzar dan Arief Teguh. 2019. “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Kendaraan Honda Beat (StudiKasus Pengguna Kendaraan Honda Beat Di Cikarang Barat),” no. 1. <https://ecampus.pelitabangsa.ac.id>.
- Pamudyaning, S. R., & Mudiantono. (2016). Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Face Care Garnier Di Kota Semarang). *Journal of Management*, 5(2), 1–12.

- Pangastuti, J. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Counter Wardah di Borobudur Kediri. *JIMEK*, 69-84.
- Pasaribu, V. L. (2018). Analisis Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Hand And Body Lotion Merek Citra . *Kompetitif*, 77-92.
- Peter, J. Paul, Jerry C. Olson. 2014. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Jakarta: Salemba Empat.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2012 Manajemen Pemasaran. Edisi bahasa Indonesia. Edisi 13 Jilid 2. Jakarta. Erlangga.
- Razak, I. 2014. Manajemen Pemasaran. Cetakan ke-3. Surabaya. Penerbit CV. Perwira Media Nusantara.
- Royan, Frans., 2004, Marketing Celebrities. Jakarta, PT. Elex Media Komputindo.
- Sadrabadi, Alireza Naser, Mahyar Kamali Saraji, Mohammad, Monshi Zadeh. (2018). Evaluating the Role of Brand Ambassadors in Social Media. *Journal of Marketing Management and Consumer Behavior*, Vol. 2, Issue 3.
- Sopiah dan Etta Mamang Sangadji, Salesmanship : Kependjualan, (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), hal. 80.
- Sugiyono. 2005. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: CV. Alfabeta
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2010. Strategi Pemasaran. Edisi ketujuh. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2015. Stategi Pemasaran. Yogyakarta: Cv. Andi
- Yuniarti, Vina Sri. 2015. Perilaku Konsumen Teori dan Praktik. CV Pustaka Setia: Bandung.