

DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (2020). *Pengaruh citra merek , kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok* *Influence of brand image , service quality and consumer confidence on indihome purchasing decisions at telkom telecommunications*. 12(1), 32–39.
- Ananta Fauzi, R. U; Esmike Metik; Ardiningrum, A. R. (2023). Pengaruh Brand Ambassador. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 14(Agustus), 58–78.
- Angelia, Diva. (2022). 7 Merek Kosmetik Lokal Paling Banyak Digunakan di Indonesia 2022. Diakses 16 September 2023 dari <https://goodstats.id/article/7-merek-kosmetik-lokal-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2022-36qU3>.
- Ariella, R. I. (2018). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 215–221.
- Dewi, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 7(4), 409. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v7i4.2862>
- Dianti, N. R., & Paramita, E. L. (2021). Green Product dan Keputusan Pembelian Konsumen Muda. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 130–142. <https://doi.org/10.33059/jseb.v12i1.2301>
- Febriani, A., Nur Cahya, H., Ekonomi dan Bisnis, F., Dian Nuswantoro Semarang Jalan Imam Bonjol, U., & Kidul, P. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening di Kota Semarang Article Information. *Jekobs*, 2(3), 150–162. <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/JEKOBShhttp://publikasi.dinus.ac.id/index.php/JEKOBBS/article/view/9122>
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Keller, & Lane, K. (2013). *Strategic Brand Management Building Measuring and Managing Brand Equity 4th edition*. USA: Pearson Education.
- Kolinug, M. S., Mananeke, L., & Tampenawas, J. (2022). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN KOSMETIK REVLON (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 101. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41293>

Kotler, P. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip and Armstrong, Gary. 2016. *Principles Of Marketing*, (16th Edition. Pearson Prentice Hall, New Jersey

Kotler, Philip dan Armstrong, Gerry. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Ke-8, Jilid 1. Erlangga: Jakarta.

Lea-Greenwood, G. (2013). *Fashion Marketing Communications*. John Wiley & 116 Sons.

Lomboki, E. V. V., & Samadi, R. L. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE , BRAND TRUST DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK EMINA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SAM RATULANGI) THE EFFECT OF BRAND IMAGE , BRAND TRUST AND DI. *Manajemen, Jurusan Ekonomi, Fakultas*, 10(3), 953–964.

Mandasari, Erni Dwi & Ekasari, Ratna. 2021. PENGARUH KUALITAS PRODUK, *DIGITAL MARKETING* DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPCREAM PIXY DI KABUPATEN SIDOARJO. 4 (1): 1-10.

Maulidayanti, et al. 2020. PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIP CREAM MEREK MAKEOVER. *JURNAL MANAJEMEN DAN AKUNTANSI*, 21 (2): 51-59.

Putri Anjaswati, D., & Istiyanto, B. (2023). Pengaruh Brand Trust, E-wom, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee di Solo Raya The Effect of Brand Trust, E-wom, and Lifestyle on Purchase Decision Through The Shopee Application in Solo Raya. *Jrea : Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(2), 51–61. <https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v1i2.259>

Rahayu, D. S., & Sutedjo, B. (2022). Pengaruh Country Of Origin, Persepsi Harga, dan Brand Ambassador terhadap keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Kosmetik YOU di Terang *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 2022–2182. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1904%0Ahttps://www.journal.stieamk.op.ac.id/index.php/seiko/article/download/1904/1261>

Sagia, A. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador , Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera*. 5,

286–298.

- Samadi, Reitty L, & Virginia Lombok, E. V. 2022. PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST* DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK EMINA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SAM RATULANGI). *Jurnal EMBA*, 10 (3): 953-964.
- Sari, Fanny Pupitasari. (2016). PENGARUH HARGA CITRA MEREK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5 (6): 1-15
- Sari, Saidah Putri. 2020. Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Jurnal Psikoborneo*, 8 (1): 147-155
- Siswanty, Y. E. dan A. E. P. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 380–388.
- Sugiyono, 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardi, D., & Irmayanti, R. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorser , Citra Merek , dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen*. 3(1), 53–62.
- Top Brand Index. Diakses pada 16 September 2023 dari https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2023&tbi_index=top-brand&category=perawatan-pribadi&type=brand&tbi_find=Wardah
- Utami, W. I. (2017). *Perilaku Konsumen*. CV. Pustaka Bengawan.
- Wardani, D. S. D., & Maskur, A. (2022). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING (Studi Kasus Pengguna Scarlett Whitening). *Jesya*, 5(2), 1148–1160. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.689>
- Watulingas, D. P., Jan, A. B. H., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Maybelline

di Gerai Mantos 2 Manado. *Jurnal EMBA*, 10(4), 659–670.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/43841>

Wibowo, J. F., Setyariningsih, E., & Utami, B. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hp Oppo (Studi Pada Konsumen Oppo Di Mojokerto). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(12), 3579–3592.

Yulianty, Y., Setyawan, O., & Indrastuti, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Lipstik Merek Wardah Di Kota Pekanbaru. *Kurs : Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 6(2), 142–155.
<https://doi.org/10.35145/kurs.v6i2.1819>

