

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, D. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Etnosentris Terhadap keputusan Pembelian Produk Emina* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Amron, A. (2018). Effects of Product Quality, Price, and Brand Image on the Buying Decision of City Car Product. *Archives of Business Research*, 6(4), 1-8. (ketiga)
- Aryani, Y. (2020). The Effect of Brand Image, Product Quality, and Price on Purchase Intention. *Product Quality, and Price on Purchase Intention* (June 19, 2020).
- Bakti, U. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 101-118.
- Dewi, L. G. P. S., Oei, S. J., & Siagian, H. (2020). *The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia* (Doctoral dissertation, EDP Sciences).
- Dian Respati, W. (2017). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk Lipstik Wardah (Studi Kasus pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER).
- Diki Ismatulloh (2016) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Perumahan Sari Wates Residence. Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Manajemen, Universitas Widyatama, Bandung.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius chandra. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Febrianto, D. M., & Lutfi, H. (2020). Pengaruh Brand Image Brand Trust Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pt. Pandu Persada Bandung 2020. *eProceedings of Applied Science*, 6(2).
- Fikasari, Fikasari And Drs. Basuki, Rahardjo, M.S (2018) Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Motivasi Konsumen Terhadap Minat

- Beli Sepeda Motor Honda (Studi Pada Konsumen Cv.Surya Motor Sragen). Skripsi Thesis, Iain Surakarta.
- Fillah, A., & Fitria, S. E. (2018). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Indihome (studi Kasus Perumahan Pesona Bali, Bandung). *eProceedings of Management*, 5(3).
- Firmansyah, A dan Mahardika, Budi W. (2018). Pengantar Manajemen. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek Planning dan Strategy. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2020). KOMUNIKASI PEMASARAN . Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Universitas Diponogero.
- Gita, D., & Setyorini, R. (2016). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Pada Perusahaan Online Zalora. co. id. *Proceedings of Management*, 3(1).
- Herdiana, T., & Alamsyah, D. P. (2017). Country of Origin dan Citra Merek: Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), 31–40.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Aditama.
- Kertamukti, R. (2015). Strategi Kreatif dalam Periklanan : Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Kertamukti, R. (2019). Strategi Kreatif dalam Periklanan. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management (15th Ed)*. London: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Armstrong, G. (2017). *Marketing Management*. 15th global edition. England: Pearson Educationn Limited.
- Liu, M., & Kenning. (2018). Asymmetric cognitive, emotional and behavioural effects of values-related and performance-related negative brand publicity. Germany.

- Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1).
- Manorek, S. L. (2016). The Influence of Brand Image, Advertising, Perceived Price toward Customer Purchase Intention (Case Study: Samsung Smartphone). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol. 16, No.1.
- Mardiani, A. S., & Wardhana, A. (2018). Pengaruh Brand Ambassador terhadap Minat Beli Bandung Kunafe Cake. *eProceedings of Management*, 5(2).
- Melinda, V., Artina, N., & Lestari, R. B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Brand Ambassador, Dan Word Of Mouth (Wom) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Skincare Nature Republic Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 111-121.
- Munir, M. S., Nurhajati, N., & Wahono, B. (2019). PENGARUH BRAND ORIGIN, BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI PARFUM AXE (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Islam Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(06).
- Peronika, N., Junaidi, J., & Maryadi, Y. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Kosmetika Wardah Di Kota Pagar Alam. *Jurnal Ekonomia*, 10(1), 83-93.
- Portia, O. B., Li, G., & Philip, A. (2017). The Effect of Personality (Brand Ambassadors) on Advertisement and Consumers Purchase Intentions in the Telecommunication Industry. *International Journal of Customer Relationship Marketing and Management (IJCRMM)*, 8(4), 1-11.
- Presilia, S. (2021). Pengaruh brand ambassador Atta Halilintar dan Saaih Halilintar terhadap minat beli. *KALBISOCIO Jurnal Bisnis dan Komunikasi*, 8(1), 1-8.
- Priansa, D. J. (2017) Komunikasi Pemasaran Terpadu. Bandung: CV Pustaka Setia
- Priansa, J. (2017). Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Bandung: alfabeta.
- Priyatno.(2018). SPSS. Yogyakarta:Andi.

- Putra, J. S., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). PENGARUH brand ambassador ANDRE TAULANY TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN “INI KERIPIK”. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(07).
- Sagia, Ayu, and Syafrizal Helmi Situmorang. 2018. “Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*.
- Sugiyono. (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. (2018) *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. (2019) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suharputra, U. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*. Bandung: PT. Refika Aditama
- Syahdiany, G., & Hanifa, F. H. (2016). PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RAMEN “X” KOTA BANDUNG TAHUN 2016. *Prosiding SNaPP: Sosial, Ekonomi dan Humaniora*, 6(1), 94-101.
- Teddy, A., & Zuliestiana, D. A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Gofood Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 7(3).
- Tersiana, A. (2018). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Start Up
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (Edisi Keempat)*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Usman, O., & Aryani, Y. (2019). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, Product Quality, and Price on Purchase Intention. *Brand Image, Product Quality, and Price on Purchase Intention (December 31, 2019)*.
- Usman, O., & Aryani, Y. (2019). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, Product Quality, and Price on Purchase Intention. *Brand Image,*

Product Quality, and Price on Purchase Intention (December 31, 2019). (kesatu)

Wang, F. &. (2016). The Influence Of Brand Ambassador on Brand Image and Consumer Purchasing Decision : A Case of Tour Les Jours in Indonesia. International Conference on Entrepreneurship.

Wang, F., & Hariandja, E. S. (2016, March). The Influence of Brand Ambassador on Brand Image and Consumer Purchasing Decision: a Case Of Tous Les Joursin Indonesia. In *International Conference on Entrepreneurship (IConEnt-2016)*. (5)

Widodo. (2017). Metodologi Penelitian, Populer & Praktis. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Wijayanti, T. (2017).Marketing Plan Dalam Bisnis. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Yudhanto, Y. (2018). Information technology Business Start-Up ilmu dasar merintis start-up berbasis teknologi infomasi untuk pemula. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Website:

<https://bandung.merdeka.com/lapak/bandung-jadi-pasar-potensial-produk-kosmetik-kimia-farma-161224n.html>

<https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>

<https://daerah.sindonews.com/read/350478/701/permintaan-skincare-tembus-70-tren-kosmetik-2021-bakal-tumbuh-pesat-1614582187>

<https://daerah.sindonews.com/read/443726/701/tren-skincare-booming-industri-kosmetik-lokal-menggeliat-di-tengah-pandemi-1622599577>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/05/industri-kosmetik-tumbuh-559-persen-ini-merek-perawatan-tubuh-terlaris-pada-agustus-2021>

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20210412/257/1379994/industri-kosmetika-diproyeksi-tumbuh-7-persen-tahun-ini>

<https://everwhite.co.id/>

<https://m.liputan6.com/bisnis/read/4617944/hasil-survei-produk-skincare-laris-manis-selama-pandemi-covid-19>