

DAFTAR PUSTAKA

- Ajeng Syarif Al Kaunaini, D., & Aminah, S. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Susu Indomilk Di Sidoarjo Studi Pada Konsumen Susu Indomilk Di Kecamatan Waru, Pengaru. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 2549–2557.
- Amilia, Suri dan M. Oloan Asmara. Pengaruh Citra Merek Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol.6, No.1 (Mei 2017)
- Amrullah, Pamasang S. Siburian, Saida Zainurossalamia ZA, (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Volume 13, (2). Hal 99-118
- Astuti, M., & Amanda, agni rizkita. (2020). Pengantar Manajemen Pemasaran. Deepublish
- Bintani, A. A. (2022). *Pengaruh Korean Wave Dan Halal Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Produk Manyo Factory Dengan Brand Ambassadors Sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus Pada Treasure Makers Indonesia)*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Buchari, Alma. (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : CV Alfabeta.
- Bunga Aditi, H. M. H. (2018). JURNAL ILMIAH MANAJEMEN Dan BISNIS. *Jurnal Ilimiah Manajemen Dan Bisnisurnal Ilimiah Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 64–72.
- Cosrx issues warning over influx of counterfeit products flooding TikTok. (2023). Retrieved from <https://cosmeticsbusiness.com/cosrx-issues-warning-over-influx-of-counterfeit-products-flooding-tiktok-211313>
- Darwin, M. et al. (2021) *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Delvia S. (2022). Pengaruh Penggunaan Merek Ambassador Kim Soo Hyun Terhadap Merek Image Cosrx. *Skirpsi*. Fakultas Ilmu Komunikasi. Universitas Multimedia Nusantara Tangerang
- Dewi, R. S., Rahadhini, M. D., & Suprayitno. (2019). Analisi Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* Vol.19, No. 4 Desember, 502-510.
- Dinata, Jovita S, Srikandi Kumadji dan Kadarisman Hidayat. Country Of Origin Dan Pengaruhnya Terhadap Persepsi Kualitas Dan Minat Beli (Survei pada Calon Konsumen yang Berminat Membeli iPad di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol.25, No.1 (September 2015)

- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 7 Nomor 1
- Falah, T. A., Abidin, Z., & Hidayah, S. (2020). PENGARUH KREATIVITAS IKLAN DAN NEGARA ASAL TERHADAP NIAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL. In | *Bulletin of Management & Business (BMB)* (Vol. 1, Issue 1). <https://mix.co.id/marcomm/brand-insight/marketing-strategy/rilis-mpv-xpander-ini->
- Fajriyah, & Eva. (2019). Pengaruh Country of Origin, Pengetahuan Produk, dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Skin care Nature Republic.
- Farisi, S. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Hasna Nadiya, F., & Wahyuningsih, S. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang)*. <http://prosiding.unimus.ac.id>
- Harjadi, Didik, (2021): *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Milenial*. Cirebon : Insania
- Habiburrahman, kartika, syilvia, & raf, mulyadi. (2019). Pengaruh country of origin (asal negara produk) harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian alat tulis. In *Jurnal Dinamika Manajemen* (Vol. 7, Issue 2).
- Istiyono, W. A., & Rizal, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Restoran Mie Gacoan Cabang Semarang). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(2), 2022–2395. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2174>
- Jaya, I. G. N. M., & Sumertajaya, I. M. (2008). Pemodelan Persamaan Structural dengan Partial Least Square. *Semnas Matematika Dan Pendidikan Matematika 2008*, 118–132.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Koubaa, Y. (2008). Country of Origin, Brand Image Perception, and Brand Image Structure, *Asia Pacific Journal of Marketing And Logistics*, Vol. 20, No. 2, pp. 139-155.
- Listiana, Erna. (2015). Country of Origin Image and It's Impact on Brand Association, Perceived Quality and Brand Loyalty. *Journal of Marketing and Consumer Research*. Vol 10.

- Lubis, D. I. D. dan Hidayat, R. (2015) ‘Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan’, *Dictionary of Statistics & Methodology*, 5(1), pp. 15–24.
- Mandagi.M. dkk. (2014). iklan dan citra merek terhadap keputusan pembelian Kartu GSM tri di Menado. *Jurnal emba* vol.2 no.3 (2014) ISSN 2303-1174
- MSi, H., Ustiawaty, J., & Juliana Sukmana, D. (2020). *Buku Metode Penelitian KualitatifKuantitatif*.<https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Mujid, A., & Andrian, A. (2021). Strategi Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Minat Melanjutkan Sekolah. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 66. <https://doi.org/10.31599/jmu.v3i2.946>
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). 1(2), 71–83
- Namora, I., & Siregar, P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian lensa kaca merek Domas pada PT. Dutamulti Intioptic Pratama Medan. 13(1), 65–76.
- Nasyatul, A (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Brand Ambassador, Dan Green Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Innisfree Central Park Mall. Dalam *Jurnal Manajemen Universitas Satya Negara Indonesia* (Vol. 5)
- Nayumi, S., & Sitingjak, T. J. R. (2020). Pengaruh *Country of Origin* Image, Merek Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Innisfree Di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 136–146.
- Nugroho, T. P. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Erigo. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(02), 84–91. <https://doi.org/10.56127/jukim.v2i02.597>
- Panjaitan, R. (2019). Manajemen Pemasaran. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Pratama, H. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas Merek Smartphone Samsung Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi.
- Philip.K., K.L. Keller. (2016). *Marketing Management*, Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Pitradjaja, R., & Tjahjo Poernomo, T. (2024). Pengaruh Influencer, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian PRODUK *Skincare* Skintific (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Wijaya Kusuma Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*
- Ratna J. (2022). Pengaruh Beauty Influencer, Social Media Marketing, dan Merek Image Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Universitas Narotama

Surabaya Dalam Membeli Produk *Skincare* Korea Selatan. *Skrispi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Narotama Surabaya

- Ramadani, N., & Firdausy, S. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Aryaduta Makasar Di Masa Pandemi COVID-19 (Vol. 15, Issue 1).
- Salim, N. I., & Lahindah, L. (2021). Pengaruh Country of Origin dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Skin Care merek Innisfree di Bandung. *Journal of Accounting and Business Studies*, 6(2), 82–99. <https://doi.org/10.61769/v6i2.547>
- Spada, F., Lui, A. H., & Barnes, T. M. (2019). Use of formulations for sensitive skin improves the visible signs of aging, including wrinkle size and elasticity. *Clinical, Cosmetic and Investigational Dermatology*, 12, 415–425. <https://doi.org/10.2147/CCID.S212240>
- Sumpu, Nofita dan L. Tumbel, Altje. (2018). “Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung”. *Jurnal EMBA* Vol. 6 No. 4..
- Sugiyono. (2020). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D* (Suryandari (ed.)). ALFABETA.
- Sudarsono, H. (2020). buku ajar: manajemen pemasaran.
- Solihat, A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan. *Ilmu Komunikasi*, 5 No.1(1), 1–15.
- Setyorini, T. (2021, Februari 1). *COSRX Gandeng Aktor Korea, Kim Soo Hyun Sebagai Global Brand Ambassador*. Retrieved from Merdeka.com:
- Vanessa, C., Hardilawati, W. L., & Ramadhan, R. R. (2023). Pengaruh Country of Origin & Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Teh Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 33–40.
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-Bayar Simpati). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol* (Vol. 51, Issue 1).
- Windarti, T. and Ibrahim, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu. *Jom FISIP* Volume 4 No. 2 Oktober 2017, pp. 1–10.
- (2020). *ZAP_Beauty_Index_Agustus*. Jakarta: ZAP.