

DAFTAR PUSTAKA

- Adaby Octavina, & Nurhadi. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Produk Erigo Apparel. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 12.
- Andini, P. N., Lestari, M. T., & Sos, S. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Tokopedia*. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14873>
- Ayu Larasati Tas'yana, Amalia Naini, & Mawardani Mita. (2022). Pengaruh Idol Kpop Sebagai Brand Ambassador, Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 20, 401–413.
- Azarine cosmetic. (2024). *Story of Azarine*. Azarine. <https://azarinecosmetic.com/story-of-azarine>
- Compas. (2023). *7 Sunscreen Pilihan Para Skincare Enthusiast!*
- Dewi Della, Kader Mukhtar, & Budianto Apri. (2021, March). Pengaruh Choi Siwon Sebagai Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Sedaap Korean Spicy Chicken. *Business Management and Entrepreneurship*.
- Dr. Eddy Christijanto, Drs. , M. S. (2023). *Profil Perkembangan Administrasi Kependudukan Kota Surabaya*. https://disdukcapil.surabaya.go.id/wp-content/uploads/2024/04/Laporan-Akhir-Profil-Kependudukan-Surabaya-2023_06-04-2024.pdf
- Erika, T., Tinneke, M., Tumbel, M., Program, J. V. M., Ilmu, S., & Bisnis, A. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Dapur Sedap Om Dol di Manado. In *Productivity* (Vol. 2, Issue 3).
- Faradilla, M. A., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Produk Maybelline New York Melalui Sikap pada Iklan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 12(1). www.fda.gov, 2016
- Ghozali Imam. (2021). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.2.9* (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haniif Novel, A., & Kusumayanti, K. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Ms Glow. *Jurnal Al-Amal*, 2(1).
- Hariyana, N., Audric, M., Tarigan, E., Eka, A., & Haryanto, P. (2025). Pengaruh Content Marketing Dan Customer Engagement Terhadap Brand Awareness Pada Redi. *Journal Of Social Science Research*, 5, 499–512.
- Hayati, R., & Kunci, K. (2022). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen Pada. *Jurnal Sosial Dan Ekonomi*, 3(2), 60–69. [Http://Jurnal.Bundamediaгруп.Co.Id/Index.Php/Sosek](http://Jurnal.Bundamediaгруп.Co.Id/Index.Php/Sosek)

- Herawati, & Sanita Angga. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Azarine Cosmetic. *Journal On Education*, 5(2), 4170–4178.
- Hops.Id. (2025). *Wanita Ini Kritik Pedas Brand Skincare Lokal Malah Jadikan Artis Korea Sebagai Brand Ambassador: Siapa Targetnya?*
- Ivan Gian, E. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cv Panyileukan Bandung. *Jurnal Ilmiah Magister Ilmu Administrasi*, 17(1), 1–8.
- Jannah, H. N., & Yulianto, R. (2024). The Influence Of Brand Ambassadors, Brand Awareness And Customer Trust On Interest In Buying Wardah Beauty Products (Study Of Consumers In Sidoarjo) Pengaruh Brand Ambassador, Brand Awareness Dan Customer Trust Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Wardah (Studi Pada Konsumen Di Sidoarjo). *Umsida*.
- Khoyrunnisa Risma, Hidayati Nur, & Athia Ita. (2022). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Implora Di Malang. *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*. [www.Fe.Unisma.Ac.Id](http://www.fe.unisma.ac.id)
- Kompasiana. (2025). *Fenomena Maraknya Penggunaan Artis Korea Selatan Sebagai Strategi Marketing Di Indonesia*.
- Kotler P, & Keller K. L. (2020). *Marketing Management* (15th Ed.). Pearson Pretice Hall.
- Lestari, A. T., & Cahya, S. B. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Korea Lee Minhoo, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Azarine (Studi Pada Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Unesa). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 11(2).
- Limanseto, H. (2024, February 3). *Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor Dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/Hasilkan-Produk-Berdaya-Saing-Global-Industri-Kosmetik-Nasional-Mampu-Tembus-Pasar-Ekspor-Dan-Turut-Mendukung-Penguatan-Blue-Economy>
- Lumeno, M., & Yusrin, N. A. (2024). Pengaruh Viscap Brand Ambassador Dan Loyalitas Penggemar Terhadap Brand Image Scarlett Di Media Sosial Tiktok. *Studi Ilmu Manajemen Dan Organisasi*, 5(1), 55–76. <https://doi.org/10.35912/simo.v5i1.3087>
- Lystia, C., Winasis, R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). *Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. 3(4). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>
- Markethac.Id. (2024). *Persaingan Kategori Sunscreen Terlaris Di Bulan Maret 2024!!* Markethac.Id. https://www.instagram.com/markethac.id/p/C6drpjnxfeu/?img_index=3
- Mi'rajunnisa, M., Khoirul Usmanul Hakim, Mala Arianti, & Siti Putri Juliana. (2024). Edukasi Penggunaan Sunscreen Dalam Kehidupan Sehari-Hari Di Smk Farmasi Al-Furqon Banjarmasin. *Abdikan: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains Dan Teknologi*, 3(3), 158–166. <https://doi.org/10.55123/abdikan.v3i3.3838>

- Muliawan, E. N., & Waluyo, M. (2021). Pengaruh Brand Awareness Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Ulang Sepatu Converse (Studi Pada Konsumen Sepatu Converse Di Surabaya). In *Juminten : Jurnal Manajemen Industri Dan Teknologi* (Vol. 02, Issue 05).
- Nabila Suci Andini. (2024). *Compas Market Insight Dashboard: Alami Penurunan Tajam Di Desember 2023, Azarine Dan Facetology Berhasil Tingkatkan Nilai Penjualan Kategori Sunscreen Sepanjang Periode Q1 2024*. Kompas.Co.Id. <https://Kompas.Co.Id/Article/Nilai-Penjualan-Kategori-Sunscreen-Q1-2024/>
- Nawiyah, N., Kaemong, R. C., Ilham, M. A., & Muhammad, F. (2023). Penyebab Pengaruhnya Pertumbuhan Pasar Indonesia Terhadap Produk Skin Care Lokal Pada Tahun 2022. *Armada : Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(12), 1390–1396. <https://doi.org/10.55681/armada.v1i12.1060>
- Nelfianti, F., Andriani, R., Djohar, A. P., & Waru, T. (2024). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Restoran Jepang Shushi Tei Dki Jakarta). *Sustainability In Action: Transformative Strategies In Management And Accounting*.
- Ninin, S., Pandika, J., & Sagir, D. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Country Of Origin Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Skin Care Korea*. <http://www.ekonobis.unram.ac.id>
- Prasetyo Faiz, & Reformasi Era. (2022). View Of Pengaruh Brand Awareness, Brand Loyalty Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Online Di Marketplace Tokopedia (Study Kasus Konsumen Tokopedia Jabodetabek). *Jueb : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(3).
- Pratama Cindy, & Rakhman Abdulah. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Kepuasan Pelanggan Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Acne Care Scarlett Whitening Di Kelapa Gading, Jakarta Utara. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11, 621–628.
- Putra, Y., Santoso, P. Y., & Rama Adhypoetro, R. (2021). Branding Produk Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19. In *Jurnal Cyber Pr* (Vol. 1, Issue 1). <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/cyberpr>
- Putri Balqis Rizkita. (2023). Fenomena Budaya Korean Wave Terhadap Gaya Hidup Remaja Gampong Hagu Teungoh Lhokseumawe. *At-Tabayyoun: Journal Islamic Studies*, 5(2), 102–121. <https://doi.org/10.47766/atjis.v5i2.3199>
- Rahma Hayyina, & Zumrotul Fitriyah. (2025). Pengaruh Content Marketing, Brand Awareness, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Surabaya. *Jambura Economic Education Journal*, 7(1).
- Rahmawaty, P. (2024). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sari Roti. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2), 82–89. <https://doi.org/10.21831/jim.v11i2.11788>
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213–223. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853>

- Rofiudin, M., Shabry, M., & Juniarsa, N. (2022). Pengaruh Harga Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia Pasca Covid 19 Di Malang Raya. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 19(2), 2022.
- Sari, S., Syamsuddin, & Syahrul. (2021). Analisis Brand Awareness Dan Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya Di Makassar. *Journal Of Business Administration (Jba)*, 1(1). Wwww.Wartakita.Id
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran Yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas Dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211.
- Sididi, A., & Saudin, L. A. (2020). Pengaruh Selebriti Endorser Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo (Studi Kasus Pada Pengguna Smartphone Vivo Yang Membeli Di Citra Raya Seluler Luwuk). *Jurnal Emor*, 2(1), 50–69.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Vols. 979-8433-64–0). Alfabeta.
- Thalita Al Faustina, Yolanda Irma Zunita, & Editia Rachma Kamila. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pembelian Mie Gacoan Di Gofood (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Unusida). *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 3(1), 243–255. <https://doi.org/10.59024/Jumek.V3i1.533>
- Vanessa Cella. (2023). *Azarine Cosmetic Resmi Menggandeng Lee Min Ho Sebagai Brand Ambassador Terbaru*. Azaazarinecosmetic.Com.
- Yuliaputri Astina, Ekowati Titin, & Runanto Dedi. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image Dan Brand Awareness. *Jurnal Volatilitas*, 6, 158–170.