

DAFTAR PUSTAKA

- Abror, A. Y., & Sulton, M. (2025). Pengaruh e-WOM dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk di Instagram Persela Store. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(1), 426 - 435. doi:<https://doi.org/10.60036/jbm.v5i1.388>
- Aisah, Y. N., & Isyanto, P. (2024, Juli). Pengaruh Pemasaran media Sosial Melalui Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jims Honey. *PENG : Jurnal ekonomi dan Manajemen*, 1(2), 389-398. doi:doi.org/10.62710/2jceac80
- Amanah, K. F., Hadi, S. P., & Prihatini, A. E. (2024). Pengaruh Brand Ambassador dan Electronic Word of Mouth (E_WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening di Indonesia. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(4), 897-906. Diambil kembali dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Azzahra, C. F., Nursanti, A., & Noviasari, H. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific di Kota Pekanbaru. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(5), 2360-2372. doi:<https://doi.org/10.60036/jbm.795>
- Bagus, A. P. (2024). Pola Pikir, Variabel, dan Hubungan Awal. *Cendikia : Jurnal Pendidikan dan Pengajaran*, 2(9), 520-529.
- Cahyani, P. S., & Wardhani, M. (2025). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Penjualan Serum Hanasui. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 5(1), 162-176. doi:<https://doi.org/10.55606/cemerlang.v5i1.3494>
- Chung, E., & Whalen, K. (2006). The Embedded Entrepreneur: Recognizing the Strength of Ethnic Social Ties. *New England Journal of Entrepreneurship*, 9(1), 51-61.
- Devi, A. C., & Fadli, U. M. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Produk E-Commerce Shopee Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Journal of Students Research (JSR)*, 1(5), 113-123. doi:<https://doi.org/10.55606/jsr.v1i5>
- Dita, N., & Ariasih, M. (2025). Pengaruh Brand Ambassador dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pelembab Wajah Somethinc di Kota Singaraja. *BISMA : Jurnal Manajemen*, 11(2), 703-713.
- Erwin, Cindrakasih, R., Sari, A., Hita, Boari, Y., Judijanto, L., & Tadampali, A. C. (2024). Strategi Pemasaran Digital. Dalam *Pemasaran Digital (Teori dan Implementasi)*. Yogyakarta: PT. Green Pustaka Indonesia.

- Ghazali, A., & Cahyani, M. (2024). Pengaruh kualitas Produk dan Electronic Word of mouth terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc. *PPIMAN Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(4), 41-53. doi:<https://doi.org/10.59603/ppiman.v2i4.525>
- Hikmah, N., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Refal Hady Dan Viral Marketing Pada Akun Tiktok @Avoskinbeauty Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Avoskin. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 6395-6408.
- Indra, Sutarno, S., & Anggraini, D. (2022). Analisis Kualitas Produk Di Bisa Group (SUSHI TEI) Medan. *SOSMANIORA (Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora)*, 1(2), 246-255. doi:10.55123/sosmaniora.v1i2.589
- Irawati, D., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2022). Pengaruh Pemasaran Digital dan Ulasan Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific pada Marketplace Sociolla. *Journal of Business Finance and Economic (JBFE)*, 3(1), 1-20. Diambil kembali dari <https://journal.univetbantara.ac.id/index.php/jbfe>
- Junior, S. B., Martinez, M. P., Correa, C. M., Moura-Leite, R. C., & Silva, D. D. (2019). Greenwashing effect, attitudes, and beliefs in green consumption. *RAUSP Management Journal Emerald Publishing Limited*, 54(2), 226-241.
- Kambali, I., & Puspitasari, E. (2019). Pengaruh Personal Selling Produk Indihome Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di PT. Telekomunikasi Indonesia Rajawali Witel Bandung Barat. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 9(1), 1-16.
- Kristyani, F. L., & Jatmiko. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luxcrime. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(8), 187 - 198. doi:<https://doi.org/10.5281/zenodo.7885200>
- Lasmita, & Muspawi, M. (2024). Literatur Review: Operasionalisasi Variabel dalam Penelitian Pendidikan: Teori dan Aplikasi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(3), 42925-42931.
- Loindong, A. S., Tawal, B., & Sendow, G. M. (2023). Pengaruh Locus Of Control dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai di Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Kantor Satpol-pp Kota Tomohon). *Jurnal EMBA*, 11(4), 110-121.
- Muin, S. A., Gustang, A., Istia, P. T., Juwenie, Arrang, A. T., Kusuma, A., . . . Palembang, J. G. (2024). *Perilaku Konsumen*. Makassar: Arsy Media.
- Murti, N. W., Riyanto, B., & Itasari, A. A. (2024). Pengaruh Electronic-Word of Mouth pada Media Sosial Instagram dan Citra Destinasi terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pengunjung Objek Wisata Kemuning Sky Hills). *Journal of Social Sciences and Politics*, 11(1), 37-46.

- Nurngaeni, A. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Marketing Mix (Studi Kasus Pada Home Industry Subama Batik Kroya-Cilacap). *AmaNu: Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 4(2), 192-202.
- Pasaribu, B. S., Herawati, A., Utomo, K. W., & Aji, R. H. (2022). *Metodologi Penelitian*. Tangerang : Media Edu Pustaka.
- Rahmania, K. N., Ernawati, S., & Badar, M. (2024). Pengaruh Sikap dan Motivasi Pada Minat Beli di Tiktok Shop. *eCo-Fin*, 6(2), 331-340. Diambil kembali dari <https://jurnal.kdi.or>
- Rahmawati , A. D., & Rokhman, N. (2025). Pengaruh Brand Ambassador, Electronic Word of Mouth, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Hanasui Pada Kalangan Gen Z di Tiktok Shop. *CAKRAWANGSA BISNIS*, 6(2), 184-199.
- Raihan. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Universitas Islam Jakarta.
- Ramadhani, D. I., & Zaini, M. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Social Media Marketing dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 7(1), 520-536.
- Ramadhoni, P., & Haryanti, I. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Dan Lifestyle Terhadap Minat Belanja Online Melalui Marketplace Shopee. *Journal of Student Research (JSR)*, 1(5), 53-69. doi:<https://doi.org/10.55606/jsr.v1i5>
- Rambi, A., Tawas, H. N., & Pondaag, J. J. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Pada Bisnis Kuliner Restoran Hapa Kitchen di Manado. *Jurnal EMBA (Ekonomi, Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi)*, 12(2), 206-216.
- 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.
- Sidauruk, I. Y., Aqmala, E. D., Haziroh, A. L., & Ulfa, A. K. (2024). Peran Kualitas Produk, Harga, Influencer Marketing, dan Online Customer review Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 7(3), 10523-10534.
- Siswanto, V. G., & Haryono, C. G. (2025). Pengaruh Brand Ambassador dan Citra Merk terhadap Minat Beli Barenbliss (Studi pada Komunitas X Oh My Beauty Bank). *Jurnal Mahasiswa Humanis*, 5(2), 908-918.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Dalam *Manajemen Pemasaran* (hal. 2-14). Pekanbaru: UIR PRESS.

- Timang, J., Mandey, S. L., & Ogi, I. W. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Fellow Coffe pada Mahasiswa FEB UNSRAT. *Jurnal EMBA*, 12(4), 391-402.
- Ummat, R., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic. *Jurnal Ilmiah dan Akuntansi Keuangan*, 4(6), 2279-2291.
- Walangitan, B. Y., Dotulong, L. O., & Poluan, J. G. (2022). Pengaruh Diskon Harga, Promosi, dan Kualitas produk terhadap Minat Konsumen untuk Menggunakan Transportasi Online (Studi Pada Konsumen Maxim Di Kota Manado). *Jurnal EMBA : Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 10(4), 511-521.
- Watanabe, E. A., Torres, C. V., & Alfinito, S. (2019). The impact of culture, evaluation of store image and satisfaction on purchase intention at supermarkets. *Revista de Gestao*, 26(3), 256-273. doi:10.1108/REGE-12-2017-0009
- Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). Perilaku Konsumen. Dalam F. Rezeki, *Keputusan Pembelian Konsumen* (hal. 1-65). Bekasi: PT Kimshafi Alung Cipta.
- Wulandary, A. F. (2022). Pengaruh Brand Ambassador terhadap Niat Beli BTS Meal Kelapa Gading Jakarta Utara dengan Viral Marketing sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 1-19. doi:<https://doi.org/10.46806?jman.v12i1.968>
- Yusnandar, W., & Rialdy, N. (2024). Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Cardinal Formal. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 2(6), 506-519. doi:<https://doi.org/10.61722/jiem.v2i6.1520>