

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A., 2020. Manajemen Ekuitas Merek. Edisi Revisi. Jakarta: Mitra Utama.
- Absari, D.T., 2019. PENGARUH RESIKO BISNIS, UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2016-2018). Dr. Diss. Univ. Muhammadiyah Surakarta.
- Amin, A.M., Yanti, R.F., 2021. Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic. INVEST J. Inov. Bisnis dan Akunt. 2, 1–14.
- Andriani, D., 2019. Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Marketplace Deni Andriani Program Studi Manajemen. Skripsi 51.
- Arianty, N., Andira, A., 2021. Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. Maneggio J. Ilm. Magister Manaj. 4, 39–50.
- Asnawi, A., Arfani, M., Priyanto, P., Kamariyah, S., Dwijosusilo, K., 2023. Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Website (Webqual) terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api melalui Aplikasi KAI Access di Surabaya. J. Ilm. Adm. Bisnis dan Inov. 7, 17–34.
- Chaerudin, S. M., & Syafarudin, A., 2021. The Effect Of Product Quality, Service Quality, Price On Product Purchasing Decisions On Consumer Satisfaction. Ilomata Int. J. Tax Account.
- Dhea Ananda, n.d. Pengaruh motivasi kerja, keaktifan berorganisasi dan prestasi belajar terhadap kesiapan kerja. Pengaruh motivasi memasuki dunia kerja, keaktifan berorganisasi, dan keaktifan belajar terhadap kesiapan kerja mahasiswa mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis. 2023.
- Ghozali, I., n.d. Desai Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Bisnis dan Ilmu Sosial Lainnya. 2016.
- Hermansyah, Nuraini, 2024. Makna Penggunaan Skincare Bagi Mahasiswa. J. Kaji. Penelit. Pendidik. dan Kebud. 2, 203–214.
- Kertamukti, R., 2017. Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep pesan, Media, Branding, Anggaran.
- Khairunnisa, F., Jamiat, N., 2021. Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Secara Online Melalui E-Commerce Shopee Di Indonesia. E-Proceeding Manag. 8, 394–408.
- Kotler, & K., 2019. Manajemen Pemasaran, Jilid 1.
- Kotler, P., Keller, K.L., 2015. Marketing management an Asian perspective. Pearson one 880 S.
- Kuncoro, mudrajad, n.d. Metode kuantitatif: Teori dan aplikasi untuk Ekonomi dan Bisnis. 2011.
- Lisa Betty, 2018. PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE DAN

BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
HANDPHONE MEREK OPPO SMARTPHONE (Studi Kasus Pada ANDA CELL
Lumajang).

- Manik, C.M., Siregar, O.M., 2022. p-ISSN: 2827-9832 e-ISSN:2828-335x Available online at [http:// https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr](http://https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr). J. Soc. Res. 1, 694–707.
- Megasari Manik, C., Siregar, O.M., 2022. Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Starbucks di Kota Medan. J. Soc. Res. 1, 694–707.
- Novia Roudhlotul Janah, E.S., 2021. The effect of brand image and electronic word of mouth on the interests of buying beauty products wardah. J. Econ. Bus. Accounting, e-ISSN 2597-5234 4, 690–697.
- Nur, F.S.A., Ari, N.D., 2022. Pengaruh Brand Awareness, Brand Ambassador, Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. J. Kewirausahaan dan Inov. 1, 13–22.
- Purba, O.R., Raja, P.L., 2022. Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Konsumen Menggunakan E-Commerce terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Shopee di Kota Medan). J. Soc. Res. 1, 1067–1075.
- Sari et al., 2022. Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus Variabel Green Marketing dan Brand Ambassador UMKM Ngudi Rejeki Kelorida. Al-Kharaj J. Ekon. , Keuang. Bisnis Syariah 4, 308–327.
- Sofyan, R., Tarigan, B., 2018. Theme markedness in the translation of student translators. Indones. J. Appl. Linguist. 8, 235–243.
- Sugiyono, n.d. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Edisi 3, Cetakan Ke-3. 2021.
- the-originote, n.d.
- Tjiptono, F., Anastasia, D., 2019. Kepuasan pelanggan : konsep, pengukuran, dan strategi / Fandy Tjiptono, Anastasia Diana; penyunting, Anastasia Diana.
- Wicaksono, M., Seminari, N., 2016. Pengaruh Iklan Dan Word of Mouth Terhadap Brand. E-Jurnal Manaj. Unud 5, 5098–5127.