

DAFTAR PUSTAKA

- Ainurrofiqin, M. (2021). *99 Strategi Branding Di Era 4.0 Kupas Tuntas Metode Jitu Membangun Citra Baik, Meyakinkan Pelanggan, Dan Membangun Kesadaran Merek*. (1st Ed.). Yogyakarta: Quadrant.
- 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. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 1–14.
- Andriansyah, E. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung Pada Pengguna Shopee Di Yogyakarta. *Skripsi*. Tidak Diterbitkan. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara: Yogyakarta.
- Apriastuti, N. M. D., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Di Situs Belanja Online Shopee Di Kota Denpasar. *Jurnal Emas*, 3.
- Fachrudin, F. M., & Taufiqurahman, E. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik MS GLOW Di Distributor Karawang Tahun 2021. *Journal Of Management*, 5(2), 508–524. <https://doi.org/10.37531/Yume.Vxix.456>
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning Dan Strategy)*. Jakarta: Qiara Media.
- Garnier. (2023). *Tentang Garnier*. Garnier. <https://www.garnier.co.id/about-garnier#jump-to-content>
- Ghaizani A. (2018). Pengaruh Country Of Origin Terhadap Brand Image Dan Dampaknya Bagi Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Konsumen Skin Care Etude House Di Indonesia). *Skripsi*. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya: Malang.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th Ed.)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Goyette, I., Ricard, L., & Bergeron, J. (2010). E-WOM Scale : Word-Of-Mouth Measurement Scale For E-Services Context. *Canadian Journal of Administrative Sciences*.
- Greenwood, G. L. (2012). *How To Build A Good Business*. Jakarta: Gramedia Pustaka

Utama.

- Gruen, T. W., Osmonbekov, T., & Czaplewski, A. J. (2006). Ewom: The Impact Of Customer-To-Customer Online Know-How Exchange On Customer Value And Loyalty. *Journal Of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2005.10.004>
- Gunawan, D., & Pertiwi, A. D. (2022). Pengaruh Label Halal , Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(01), 815–824.
- Hair, J. F. J. et al. (2010). *Multivariate Data Analysis Seventh Edition*. London: Pearson Education Limited.
- Handayani, M. R. D. Y. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Dan Promosi Di Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Beauty Produk Skincare Bening's Di Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 7(2), 1–17.
- Illahi, A. T. F. K., Nawangsih, & Hartono. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Garnier Men Di Lumajang. *Journal Of Organization And Business Management*, 3(3), 1–7.
- Karurukan, A. S. (2021). Pengaruh Endorser Celebrity Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Garnier. *Skripsi*. Tidak Diterbitkan. Fakultas Bisnis. Universitas Kristen Duta Wacana: Yogyakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13 Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Ed.). London: Pearson Education Limited.
- Larassatie, T. T. (2022). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Produk Perawatan Kecantikan Emina Cosmetics). *Skripsi*. Tidak Diterbitkan. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara: Yogyakarta.
- Lia, A., Ibdalsyah, & Hakiem, H. (2022). Pengaruh Persepsi Konsumen , Labelisasi Halal Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Skincare SR12. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 263–273.
- Munawaroh, L., Wijyantini, B., & Setianingsih, W. E. (2022). Celebrity Endorser, E-Wom Dan Harga Yang Kompetitif Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Journal Of Business, Management And Accounting*, 3(2), 1–15.

- Nisa, K. (2022). Pengaruh Label Halal Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ponds Di Kelurahan Landasan Ulin Utara Kota Banjarbaru. *Skripsi*. Tidak Diterbitkan. Universitas Islam Negeri Antasari: Banjarmasin.
- Putri, F. A. P., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Di Aplikasi Soco. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 4(2), 449–460. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v4i2.329>
- Ramadhani, A. N., & Masitoh, S. (2019). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Brand Ambassador Dan Brand Image Terkadang Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Jikom*, 11(3).
- Riska, A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS Glow. *Skripsi*. Tidak Diterbitkan. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara: Yogyakarta.
- Safitri, H., Vitria, A., & Hasanah, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Garnier Pada Toko Mahkota Ayu Kosmetik (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Skincare Garnier Di Banjarmasin Utara). *Eprints.Uniska-Bjm.Ac.Id*.
- Samosir, L. S., Putri, Y. R., & Nurfebiaraning, S. (2016). Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra Terhadap Putusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Bandung. *Jurnal Sosioteknologi*, 15.
- Pratiwi, S. A., Fadhillah, M., & Cahyani, P. D. (2022). Pengaruh Brand Image, Electronic Word Of Mouth dan Promotion Through Social Media Terhadap Buying Decision Skincare Ms Glow Di Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(8), 1–4.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: ALFABETA C.V.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th Ed.). Yogyakarta: Andi.
- Widarjono, A. (2018). *Analisis Regresi Dengan SPSS* (Satu). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Widyanto, I., & Albetris. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Padat Wardah Pada PT Pargon Tecnology And Inovation (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi STIE Graha Karya Muara Bulian). *Jurnal Manajemen Dan Sains*, 6(April), 138–145. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.239>
- Wikipedia. (2023). *Garnier*. Mediawiki. <https://id.wikipedia.org/wiki/Garnier>

Wiyono, G. (2020). *Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat Analisis SPSS 25 & Smartpls 3.2.8* (Kedua). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.