

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, D. (2017). *Marketing Public Relations – Diantara Penjualan dan Pencitraan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Andriani, A. & Menuk, S.C. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import di Tempat Biasa Thrift Store Surabaya. *Journal of Sustainability Business Research (JOSBR)*, 2(1).
- Anindya, Julianti, D., & Junaidi, A. (2020). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Baso Aci Akang Citra Raya Tangerang. *Jurnal: Ilmu Komunikasi*
- Apriliani, E., & Kamela, I.,. (2023). Pengaruh Sosial Media Marketing, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lip Cream Implora Secara Online. *Jurnal: Manajemen Pemasaran, Ekonomi & Bisnis*
- Ariza, R., Putra, B., Wijayanto, H., & Sumarsono, H. (2022). Pengaruh Word of Mouth (WOM), Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen UD Sri Mulyo Agung) *Jurnal* <http://studentjournal.umpo.ac.id/index.php/isoquant> (Vol. 6, Issue 1). April Hal. <http://studentjournal.umpo.ac.id/index.php/isoquant>
- Arman, Muchtar. M (2022). *Introduksi manajemen pemasaran – Dasar dan pengantar manajmen pemasaran*. Sumatera Selatan: Ld Media
- Buchari. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung Alfabeta.
- Data Reportal (2023). *digital 2023: indonesia*. Web: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>

- Djoharsjah. (2017). Pengaruh Brand Ambassador Dan Hallyu Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Brand Switching dan Implikasinya terhadap Kepuasan Konsumen Kosmetik Di Jakarta. . *Jurnal Ekonomis*, 19(3), 229–313.
- Dinisari. (2023). *Go Wie Liem Sukses Kembangkan Kosmetik Implora, bermula hanya punya 2 Karyawan*. Web: <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20230517/265/1656643/go-wie-liem-sukses-kembangkan-kosmetik-implora-bermula-hanya-punya-2-karyawan>
- Fatahillah, Sandi (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Produk Eiger Adventure di Kota Makassar. *Jurnal: School of Business*
- Fauzi, Achmad., & Lubiana Mileva. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014 / 2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58(1), 190–199.
- Firdiansyah, A. (2022). Memahami Social Media Marketing, dari Pengertian Sampai Strateginya. *Glints*. <https://Glints.Com/Id/Lowongan/Apa-Itu-Social-Mediamarketing/#.ZFNLlqBBy5>.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek Planning dan Strategy*. Pasuruan : CV Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM Spss 26*. IBM SPSS 26. Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Gunelius, S. (2011). 30 - *Minute Sosial Media Marketing* . United States: Mc Graw Hill Companies.
- Hair, dkk. (2010). *Analysis using dependence techniques. Multivariate Data Analysis, 7th Ed.* New Jersey: Prentice Hall, 154–176.
- Handika, & Mustikasari, A. (2020). Analisis Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada This! By Alifah Ratu Tahun 2020. *Jurnal Manajemen Pemasaran*
- Hasibuan, Linda. (2022). *Industri Kecantikan Tahan Krisis, Laris Manis Meski Pandemi.* CNBC Indonesia.
- Hutajulu, E., Pardosi, M., dkk. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Maybelinne Pada Mahasiswi Universitas HKBP Nommensen Medan. In *Jurnal Bisnis Corporate* (Vol. 7, Issue 2).
- Hurlock, Elizabeth B (2017). Studi Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Penggunaan Kosmetik Pada Siswi SMAN 10 Medan. *Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.*
- Implora. (2021). Implora Cosmetics Meraih Prestasi: Pemenang Magnificent Most Wanted Beauty Brand. *Web;* <https://www.implora.co.id/magnificent-most-wanted-beauty-brand>
- Kolinug, M., dkk. (2022). Pembelian Kosmetik Revlon (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi) The Effect Of Ambassador Brand And Brand Image On Revlon Cosmetic Purchase Decision (Case Study On Sam Ratulangi University Students). in *101 jurnal emba* (vol. 10, issue 3).
- Kotler, Philip (2018). *Manajemen Pemasaran (Edisi 13) diterjemahkan oleh Bob Sabran MM.* (Edisi 13) Diterjemahkan Oleh Bob Sabran MM. Surabaya : Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Manajement (15 Ed)*. Pearson Education Limited.
- Kurniawati, N. I., (2020). Analisis Pengaruh Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Makeover Kota Semarang. *forum ekonomi*, 22(2), 286–295. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/forumekonomi>
- Kusumaningrum, Lila Istifarah (2023) Pengaruh Brand Ambassador, Positive Word of Mouth, dan Social Media Marketing terhadap Brand Awareness Produk Kecantikan Implora. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*
- Laksana, Muhammad Fajar (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Depok : Khalifah Mediatama.
- Latief, F, I. (2023). Pengaruh Label Halal, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Brand Kosmetik Wardah di Citra Kosmetik Sungguminasa. *Jurnal: Manajemen Jasa & Nobel Makasar, Indonesia*
- Lea-Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communication E-book*. Somerat, NJ, USA: Wiley.
- Lener, P. K. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta Erlangga.
- Lesmana, R., & Dara Ayu, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah PT Paragon Tehnology And Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*.
- Liana, Y. (2021). Bulletin of Management and Business Pengaruh Sosial Media Marketing dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Bulletin of Management & Business (BMB)*, 2(2), 2021. <https://doi.org/10.31328/bmb.v2i2.155>
- Marwan, Jubery, dkk (2022). The Advantages Of Celebrity Endorsement And Word Of Mouth In Creating Perceived Luxury Value. 4(1), 65–73. *Jurnal: normative format of model equation*

- Maulidia, A., Ep, A., & Prabawani, B. (2021). “Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Mustika Ratu (Studi Pada Konsumen Mustika Ratu Di Kota Semarang).” In *Jurnal Administrasi Bisnis: Vol. X*.
- Masitoh, K.-S. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman Barang Di Kantor Pos Pati 59100. 11(1).*Jurnal: Bisnis dan Pemasaran Jasa*
- Mileva, N, D. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Surabaya Snowcake (Studi Pada Masyarakat Surabaya Timur). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(2), 446–452.
- Monginsidi, S. J., Sepang, J., & Soepeno, D. (2019). Pengaruh Lifestyle Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square) Effect Of Lifestyle And Price On The Decision Of Purchase Of Nike Shoes (Case Study Of Manado Town Square). In *Pengaruh... 2949 Jurnal EMBA* (Vol. 7, Issue 3).
- Naomi, I. P. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Pada E-Commerce Indonesia. *Jurnal senmabis*, 1(1), 38–44.
- Probosini, D. A. (2021). Pengaruh Promosi dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Market Place X dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(2), 445–458.
- Putri, W. (2022). The Influence Of Brand Image And Brand Ambassador On Purchasing Decisions Through Consumer Trust In Scarlett Products. <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms>, 11, 346–363.
- Putri, Y. R. (2018). Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Word of Mouth Marketing Pada Produk Simpanan (Si Bagus) Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota di Koperasi Simpan Pinjam Giri Muria Group Kudus. *Tugas Akhir, UIN Walisongo Semarang*.

- Rangian, Marlina C., dkk. (2022). The Analysis Of The Effect Of Product Quality, Price Perception And Brand Ambassador Towards Consumer Purchase Decision In Product Of Ms Glow Skincare In Tomohon City. *284 jurnal emba*, 10(3), 284–294.
- Riorini, Sri Vandayuli. , & Widayati. C. C. (2018). Bagaimana Meningkatkan *Positive Word Of Mouth* Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta. In Prosiding Seminar Nasional Pakar (pp. 27-33). *Journal of communication studies*
- Robustin, Tri. Palupi., dkk. (2018). Sinergitas Quadruple Helix: E-Business Dan Fintech Sebagai Daya Dorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal Pengaruh Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Di Kota Jember. <http://macammacamwardahkosmetik.blogspot.co.id>
- Rosanti, Novita., dkk. (2021). The Effects of Brand Image and Product Quality on Purchase Decisions. *Quantitative Economics and Management Studies*, 2(6), 365–375. <https://doi.org/10.35877/454RI.qems360>
- Rukmana, Ivana Deva. (2022). 10 Top Brand Lip Cream Lokal Terlaris, Implora yang Jadi Primadona! Kompas.Co.Id. Web: <https://kompas.co.id/article/10-top-brand-lip-cream-lokal-terlaris-implora-jadi-primadona/>
- Septiyani, R., Rakhmawati, S., & Budiasih. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Celebrity Endorser Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal:Prosiding Seminar Nasional Indonesian R Summit*, 1(1).
- Syamsiah, Siti Nur., Fauzan Muttaqien dkk. (2018). Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Awareness Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Toko SJ Tempeh Lumajang. *Journal of ...*, 2018 - Repository.Itbwigalumajang.Ac.Id.

- Saputri, Sonia Aprilia & , Ivo Novitaningtyas. (2022). analisis pengaruh kualitas produk dan review beauty vlogger terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik. *Among Makarti Vol. 15 No. 1 – Juni* .
- Subagyo & Nasyatul, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Brand Ambassador dan Green Marketing terhadap Minat Beli Konsumen Innisfree Central Park Mall. *Jurnal Manajemen,5 (1), 42-58* .
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif . *Alfabeta : Bandung* .
- Susilowati, Ratna. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Sonokuno Kitchen Jakarta. *Jurnal: E-Business*
- Simanjuntak, Laela, & Apriatni, E, P. . (2020). Pengaruh Celebrity Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi Kasus Pada Konsumen Wardah Di Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. IX, No. III*.
- Suardhika, N I., dkk. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi, 18(2), 253–264*.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi Ke 3. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. , & Anastasia Diana. (2020). *Pemasaran*, Yogyakarta. Andi
- Tuten, T. L. and S. M. R. (2017). *Social Media Marketing*. California: SAGE Publications, Inc.
- Tumbel, Rumawung., dkk (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Transmart Kairagi. *In Productivity (Vol. 2, Issue 5)*. www.bitebrands.com
- Umami, Risatul., As'at Rizal., Sumatrik. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe. *Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*.

- Varley Rosemary., dkk (2019). Fashion Marketing Communications. *In Fashion Management.*
- Vebriyani, Mila. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Implora Di Magelang . *Jurnal Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta.*
- Wayan. (2020). Respository Institusi / Universitas Kristen Satya Wacana. *Jurnal: Respository Institusi*
- Wijaya, Toni. (2018). *Manajemen kualitas jasa.* Jakarta : Indeks.
- Wiyono, G. (2020). Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat Analisis SPSS 25 & Smartpls 3.2.8 (2ed).. *Analisis SPSS 25 & SmartPLS 3.2.8 (2ed).* UPP STIM YKPN Yogyakarta. JawaPos.com