

REFERENSI

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari., M. E. (2021). Metodologi Penelitian Kuantitatif Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Issue May). Aceh : Yayasan Penerbit Muhammad Zaini
- Adiwidjaja, A. J., & Tarigan, Z. J. H. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *Agora - Online Graduate Humanities Journal*, 5(3), 1–9. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/6063>
- Amelfdi, F. J., & Ardyan, E. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Performa*, 5(6), 473–483. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i6.1825>
- Annisa Wulan. (2020). *Brand Skincare Halal dan Modern Khusus Pria Berteknologi HydroBalance*. Fimela.Com.
- Balaka, M. Y. (2022). Metode penelitian Kuantitatif. In *Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung* (Vol. 1), Bandung : Penerbit Widina Bhakti Persada
- Bungin, B. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. In *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : PT Fajar Interpretama Mandiri.
- Edrin, F., & Fhatiyah, N. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Kasus Pada Event Free Photocard BTS Tokopedia). *Proceeding Seminar Nasional Bisnis Seri IV*, 78–84.
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>

- Fahira, S., Hartati, T., & Amir, H. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Maskara Maybelline (Studi Kasus Pada Mahasiswi Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta). *Epigram*, 16(2), 205–210. <https://doi.org/10.32722/epi.v16i2.2236>
- Firmansyah, D. W. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Media Sosial melalui Brand Ambassador pada Cakekinian. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 1–10.
- Gultom, H. J., Sebayang, E. S., & Sitorus, S. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perhitungan. *Jurnal Ilmiah Skylandsea*, 3(2), 87–95. <https://www.politeknikmbp.ac.id/karya-ilmiah/dosen/category/60-volume-4-no-2-juli-2020.html?download=543:hamonangan-justinus-gultom1-erna-susilawaty-sebayang2-siska-sitorus3>
- Gunarsih, C. M. (2021). Pengaruh harga terhadap pembelian. *Pengaruh Harga*, 2(1), 1–4.
- 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. *EKONIKA : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 7(2), 334. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v7i2.3220>
- Herawati, H., & Putra, A. S. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Azarine Cosmetic. *Journal on Education*, 5(2), 4170–4178. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i2.1115>
- Ilham, B., Wijaya, A., Aminah, S., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2024). The Influence OF Brand Image AND Brand Awareness ON The Purchasing Decisions OF Biore Facial Cleanser (Study On Men In Surabaya City) Pengaruh Brand Image DAN Brand Awareness Terhadap Tingkat Keputusan Pembelian Produk Sabun Pembersih Wajah Biore (Studi P. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5, 5. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

- Ilhami, S. M. Al, & Hendrastomo, G. (2020). Perawatan Kulit Wajah Sebagai Gaya Hidup Laki-Laki. *E-Societas : Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 9(3), 2–17. <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/societas/article/download/17119/16528>
- Kambali, I., & Syarifah, A. (2020). PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus di Billionaire Store Bandung). *Ejurnal.Poltekpos.Ac.Id*, 10, 1–8. <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/download/731/549>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework for Marketing Management*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. In Kotler Philip and Kevin Lane Keller, *Marketing Management, 15th Edition*(p. 582. Pearson Education,Inc.
- Kurniawan, I., Wahab, Z., & Nailis, W. (2020). *Indra Kurniawan, Zakaria Wahab, dan Welly Nailis (2016) Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pizza Hut di Kota Palembang. 1*, 27–40.
- Lailiya, N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 2(2), 113. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i2.764>
- Lutzfiyana, T., Ekowat, T., & Dedi Runanto. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Smartphone Vivo Di Kebumen). *Volatilitas*, 5, 5. <https://doi.org/10.1007/s12599-013-0306-0>
- Marpaung, I. R., & Lubis, F. A. (2022). Pengaruh Iklan, Sistem COD, dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada TikTokShop (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Sumatera Utara). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 9(3), 1477–

1491. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i3.44292>

Maulana, H. A., & Asra, Y. (2019). Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce oleh Generasi Z di Daerah Pedesaan. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 7(2), 162. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v7i2.1220>

Muangsal. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Poduk Terhadap Keputusan Pembelian , Jurnal Imu Dan Riset Manajemen Vol. 4, No. 12ahasiahidup-sehat-tanpa-obat. (22 Oktober 2016). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 5 No 2, 25–39.

Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan (Studi Kasus Alfamart di Kota Malang). *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia*, 1(2654–6493).

Nimas Cemara. (2023). *Compas Data Market Insight: Mengungkap Strategi 7 Top Brand Face Wash Pria di Shopee & Tokopedia*. Kompas.Co.Id. <https://kompas.co.id/article/face-wash-pria/>

Pahlevi, R. (2021). *Hanya 37% Laki-laki indonesia yang menggunakan sabun cuci mukasetiap-hari*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/12/28/hanya-37-laki-laki-indonesia-yang-menggunakan-sabun-cuci-muka-setiap-hari>

Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>

Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati. (2017). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v5i1.1324>

Pratamasari, V. F., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh brand awareness dan brand

- image terhadap keputusan pembelian. *Forum Ekonomi*, 24(2), 422–432.
<https://doi.org/10.30872/jfor.v24i2.10837>
- Purnomo, R. A. (2016). Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS, Ponorogo : In Cv. Wade Group.
- Purwanto. (2018). Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas Dan Reliabilitas Penelitian Ekonomi Syariah. In *StaiaPress* (Issue April). StaiaPress.
- Putri Melati, A., Utari, D., Aktarina, D., & Jannah, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Dan Kegunaan Atau Manfaat Terhadap Brand Image (Citra Merek) Pada Produk Geela di JM GROUP Lemabang Palembang. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Auditing, Dan Akuntansi*, 7(1), 11–27.
<https://ejournal.muliadarma.ac.id/index.php/jembatan/article/view/70>
- Renaningtyas, A. R., Wahyuni, A. D., & ... (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ekonomi ...*, 3(5), 469–478.
<https://dinastirev.org/JEMSI/article/view/988%0Ahttps://dinastirev.org/JEMSI/article/download/988/622>
- Rinata, G., Tugi Prihatma, G., & Zaini, I. (2023). Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening Pada Media Sosial Instagram the Influence of Brand Ambassador (Twice) and Brand Image on Buying Interest in Scarlett Whittening Products on Instagram Social Media. *Jurnal Manajemen Perusahaan*, 2(2), 1–9.
- Satriawan, K. A., & Setiawan, P. Y. (2020). The Role of Purchase Intention in Mediating The Effect of Perceived Price and Perceived Quality on Purchase Decision. *European Journal of Business and Management Research*, 5(6), 38–49. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2020.5.6.589>
- Sindunata, I. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian di agoda.com. *Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 6(1), 128–138.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian Dr. Sandu Siyoto,

- SKM, M.Kes M. Ali Sodik, M.A. 1. In *Literasi Media Publishing*, Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sterie, W. G., Massie, J. D. D., & Soepono, D. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 652. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.42366>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung : Cv.Afabeta.
- Tambunan, F., Priansa Junni, D., & Rennyta, Y. (2019). Terhadap Keputusan Pembelian Kentucky Fried Chicken (Kfc) (Studi Pada Konsumen Transmart Buah. 5(2), 615–619.
- Wardani, I., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Brand Image, Korean Wave, Fanatisme dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(2), 1114. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i2.1357>
- Yoeliastuti, Y., Darlin, E., & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Penjualan Online Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(2), 212. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v10i2.425>
- Yusuf, D. A., Tumbel, A. L., & Woran, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Ambassador Kpop Nct Dream Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Mie Lemonilo Di Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 965. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43526>