

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M. (2022). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Wajah Ms Glow*.
- Agustina Mulya, R., Efendi, N., & Tulim, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific Pada Mahasiswa/ I Kota Medan. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 14(1), 90–100. <https://doi.org/10.55601/jwem.V14i1.1221>
- Amalia Putri, J., Anwar, S., Budi Santosa, A., & Muhlis. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Azarine Di Gunung Putri* (Vol. 6, Issue 1). <https://azarinecosmetic.com>.
- Amelia, D., Karina, R., Simatupang, N., Sinuraya, B. J., & Rahmat, R. (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Jne Cabang Medan. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 11–24.
- Amin, A. M., & Yanti Fitri, R. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador, E-Wom, Gaya Hidup, Country Of Origin Dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic*. <http://journal.al-matani.com/index.php/invest/index>
- Apriliani, D., & Hayuningtias, K. A. (2023). Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Association Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Scarlett Whitening. *Jesya*, 6(2), 1991–2004. <https://doi.org/10.36778/jesya.V6i2.1102>
- Arvira Suha, D. (2023). *Iklan AzarineX Red Velvet “Tinted Lippie Cake” Di Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian AzarineX Red Velvet “Tinted LippieCake” Pada Penggemar K-Pop Di Surakarta Jurnal*.
- Ayu Rara Sukmawati, D., Mathori, M., Marzuki, A., & Widya Wiwaha, S. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc (Studi Pada Konsumen Di Daerah Istimewa Yogyakarta). In *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia Stie Wiya Wiwaha* (Vol. 2, Issue 2).
- Candra, G. A., & Susanti, F. (2019). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang*.
- Chotimah, N., Kholiq, A., & Nova. (2021). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Kalangan Mahasiswi Ikip Muhammadiyah Maumere*.
- Dian Ningrum, P., Dianawati, E., & Ridwan Basalamah, M. (2022). *Pengaruh Promosi, Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Laneige (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang 2018)*. www.fe.unisma.ac.id
- Dwi Lestari, H. (2024). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Moisturizer Skintific (Studi Pada Siswi Jurusan Tata Kecantikan Smkn 3 Kota Kediri)*.

- Efendi, F. B., & Aminah, S. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific (Studi Pada Mahasiswa Upn “Veteran” Jawa Timur). *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 762. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1055>
- Fuadi Akbar, A., Yulius Filumena, G., & Pangaribuan Haposan, C. (2023). Relationships Between Korean Brand Ambassador, Price, And Product Quality To Customer Purchase Decision On Local Skincare Product. *Milestone: Journal Of Strategic Management*, 3(1), 16. <https://doi.org/10.19166/ms.v3i1.6342>
- Hair, J. J. , C. B. W. , J. B. B. , & E. A. R. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th Edition) (Pdfdrive)*.
- Hanifah Nur Adilah. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Brand Awareness, Dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Azarine Di Surakarta*.
- Herawati, & Angga Sanita Putra. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Azarine Cosmetic*.
- Indah Sari, R. (2020). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Emina Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatra Utara Medan*.
- Irma Ningtias, D., & Agung Surianto, M. (2024). *Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Azarine Di Gresik*.
- Janieke Hereina Oleng, T., Supandi Soegoto, A., & Ch. Kawe, R. (2024). *Pengaruh Promosi Produk Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote Di Cura Beauty Manado*. 12(3), 495–504. <https://theoriginote.id/>
- Kuspriyono, T. (2017). *Pengaruh Promosi Online Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Sariayu Martha Tilaar*.
- Laria Sari, S., & Zenita Ratnaningsih, I. (2018). *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Intensi Cyberloafing Pada Pegawai Dinas X Provinsi Jawa Tengah* (Vol. 7, Issue 4).
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji*.
- Muttaqin, R. (2022). *Pengaruh Kim Soo Hyun Sebagai Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Cosrx (Studi Pada Mahasiswa Di Indonesia)*.
- Nur, R. (2024). *Pengaruh Brand Ambassador, E-Wom, Dan Online Costumer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Azarine Di Marketplace (Studi Pada Masyarakat Kec. Tuah Madani)*.
- Nurul Kholija B. (2024). *Pengaruh Content Marketing, Review Product Dan Brand Ambassador Di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Azarine Cosmetics Di Kecamatan Tuah Madani Skripsi*.

- Octaviani, C., Ni Luh Ramaswati Purnawan, & Ni Made Ras Amanda Gelge. (2024). *Pengaruh Brand Ambassador Lee Min Ho Terhadap Brand Image Azarine Cosmetic*.
- Oktavia Ayu Wulansari, & Kristina Anindita Hayuningtias. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kosumen Maybelline Super Stay Matte Ink Di Kota Semarang). *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 241. <https://doi.org/10.33087/Jmas.V8i1.968>
- Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Brand Ambassador, Terhadap Keputusan Pembelian Azarine Cosmetic, 3 (2024). <https://doi.org/10.56127/Jukim.V3i01>
- Rara Dwi Yanti Handayani, M. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Dan Promosi Di Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Beauty Produk Skincare Bening's Di Kota Surabaya*. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/ekonika>
- Retno, D. (2024). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Keputusan Pembelian Produk Liptint Azarine (Studi Pada Wanita Pengguna Kosmetik Azarine Di Kota Bogor)*.
- Rilla Yolanda. (2017). *Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening*.
- Rohmah Mufida, A. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk , Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ifa Skin Care Di Purwodadi*.
- Sagia, A., & Situmorang, S. H. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera. In Ayu Sagia *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia Syafrizal Helmi Situmorang* (Vol. 5).
- Sagita, S., Sari, W. P., & Fatimah, A. N. (2024). *Pengaruh Brand Ambassador Red Velvet Dalam Iklan "My Beauty My Rule" Terhadap Brand Image Azarine Cosmetic (Survei Pada Followers Instagram @Azarinecosmeticoofficial Periode Maret 2024)*.
- Salsabila, N., & Fadhillah, I. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Azarine Cosmetic Di Pakuwon Mall Surabaya*.
- Saragih, B. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Selfiana, H., & Susanti, R. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina. *Menawan : Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 2(5), 12–25. <https://doi.org/10.61132/Menawan.V2i5.777>
- Sjafei Purba, D., Jontarudi Tarigan, W., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). *Pelatihan Penggunaan Software Spss Dalam Pengolahan Regressi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19*.

- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2018). *Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja*.
- Sri Rahayu, D., & Sutedjo, B. (2022). Pengaruh Country Of Origin, Persepsi Harga, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Kosmetik You Di Terang Beauty Demak). *Seiko: Journal Of Management & Business*, 5(1), 2022–2182. <https://doi.org/10.37531/Sejaman.V5i1.1904>
- Sudariana, N., & Yoedani, M. M. (2022). *Analisis Statistik Regresi Linier Berganda*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistyo, R. A. P., & Setiawan, M. B. (2024). *Pengaruh Promosi Word Of Mouth, Brand Image, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Azarine Di Stuffbys Kota Semarang*. 5, 4799.
- Syafrida Femelia, W., & Kurniawan, R. (2023). Causalita: Journal Of Psychology Pengaruh Persepsi Pada Brand Ambassador Terhadap Pengambilan Keputusan Membeli Produk Makeup Di Kota Padang. *Tahun*, 1(2), 141. <https://jurnal.causalita.com/index.php/cs>
- Syahputra Salim, H., Sumarsan Goh, T., & Errie Margery. (2022). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Pt. Furnilux Indonesia*. 8(1).
- Wardah Robiah, D., & Nopiana, M. (2022). Yume: Journal Of Management Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin. *Yume : Journal Of Management*, 5(1), 433–441. <https://doi.org/10.37531/Yume.Vxix.235>