

DAFTAR PUSTAKA

- Adhim, C. (2020). Analisis Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Pada Butik Yulia Grace. *Pendidikan Tambusai*, 4(1), 239–247.
- Ahmaddien I., & Syarkani, Y. (2019). Statistika Terapan Dengan Sistem SPSS. ITB Press
- Arfah, Y. (2022). Keputusan Pembelian Produk. PT. Inovasi Pratama Internasional
- Azwar, S. (2012). Penyusunan Skala Psikologi Edisi II. Pustaka Pelajar
- Aprianti, W., & Tjiptodjojo, K. I. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(2), 1275–1282.
- Azzura, N., & Mardhiyah, A. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Twice, Kualitas Produk Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Medan). *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 3(6), 979–985.
- Fajri, D. S. (2024). Brand Kecantikan Lokal Geser Dominasi Brand Global Pada 2024. <https://goodstats.id/article/brand-perawatan-kecantikan-lokal-menggeser-dominasi-brand-global-pada-2024-gQLD2>
- Fauzan, R., et al. (2023). Produk dan Merek. PT. Global Eksekutif Teknologi
- Ferdiana Fasha, A., Rezqi Robi, M., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42.
- Firmansyah, M. A. (2023). Pemasaran Produk dan Merek.: Planning & Strategy. Qiara Media
- Ghifari, L. Al, Wismantoro, Y., Cahya, H. N., & Setiawan, A. (2025). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Brand Awareness Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian*. 14, 455–464.
- Heriani, T. (2024). *Pengaruh Penggunaan Lyodra Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Implora*.
- Implora. (2025). Our Story. <https://www.implora.co.id/our-story>
- Indrawati, M., et al. (2024). Keputusan Pembelian. PT.Literasi Nusantara Abadi Group
- Kemenperin. (2025). Kemenperin Gadang Potensi Industri Kosmetik Semakin

- Gemilang. <https://kemenperin.go.id/artikel/25735/Kemenperin-Gadang-Potensi-Industri-Kosmetik-Semakin-Gemilang>
- Kusumastuti, S.Y., et al. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif (Panduan Lengkap Penulisan Untuk Karya Ilmiah Terbaik). PT. Sonpedia Publishing Indonesia
- Kotler, P., Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing. Seventeenth Edition*. In Pearson
- Lukitaningsih, A., & Lestari, F. (2023, February). Pengaruh brand image, brand trust dan brand ambassador terhadap keputusan pembelian produk smartphone. In *Forum Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* (Vol. 25, No. 1, pp. 89-96).
- Markethac. (2024). Omset Lip Product Naik Drastis, Ini Dia Brand Yang Paling Laris. <https://markethac.id/report-news/news/penjualan-lip-product-naik-drastis-ini-dia-brand-yang-paling-laris>
- Mappadeceng, R., Tarmizi, A., & Liantoni, S. R. P. (2023). Analisis Budaya Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Teanol Cabang Telanaipura Kota Jambi. *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(2), 150. <https://doi.org/10.33087/Eksis.V14i2.407>
- Octresna, N., & Margaretha, Y. (2025). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Beauty District Clinic. *Jurnal Locus Penelitian dan Pengabdian*, 4(5), 2393-2407.
- Parasari, N. S. M., Wijaya, G. C., Purwandari, D. P., & Permana, G. P. L. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Brand Ambassador Dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Produk Avoskin Beauty Di Denpasar. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(1), 153–162. <https://doi.org/10.37641/Jimkes.V11i1.1740>
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46. <https://doi.org/10.46367/Iqtishaduna.V11i1.526>
- Putra, H. D., Lubis, R., Asir, M., Muthalib, D. A., & Anwar, M. A. (2023). *Literature Review : Peran Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli*. 31(1), 799–806.
- Putri, K. A. (2025). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Wardah Di Pekanbaru (Doctoral dissertation, Universitas Lancang Kuning).
- Rosmayanti, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap

- Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal On Education*, 5(3), 8126–8137. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1600>
- Rusdianto, S. J., & Candraningrum, D. A. (2025). Pemanfaatan Teknologi Pada Industri Kecantikan Dalam Upaya Mengatasi Stigma Standar Kecantikan Perempuan. *Kiwari*, 4(1), 154–161.
- Situmorang, P. A., Adlina, H., & Siregar, O. M. (2022). *The Influence Of Brand Ambassador And Brand Image On Purchase Decisions For L'oréal Paris Products In Medan City*. 10(1), 1–52. <https://doi.org/10.21608/pshj.2022.250026>
- Sudaryana, B., Agusiady, H. Rr. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sukma, M. R. (2024). *SKRIPSI: Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador, Word of Mouth, dan Sosial Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Implora di Yogyakarta (Doctoral dissertation, STIM YKPN Yogyakarta)*.
- Surbakti, L. M. C., Tumbel, A. L., & Tumbuan, W. J. F. A. (2025). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Ultra Milk X Stray Kids di Manado (Study pada Gen Z). *Jurnal EMBA*, 13(1), 43-54.
- Tambunan, L. A. (2021). Analisis Faktor Eksternal Dan Internal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand Sanitizer Di Masa Pandemi Covid-19. 19(02), 287–311.
- Utami, P., Delima, I. D., & Irianti, E. (2024). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Peningkatan Brand Awareness Pada Produk Hanasui*. 10(April), 883–892.
- Widana, W. I., et al. (2020). Uji Persyaratan Analisis. Klinik Media
- Zukhaer, K. M. (2025). Pengaruh Konten Makeup Di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Makeup Artist. 6(6), 6. <https://www.city.kawasaki.jp/500/page/0000174493.html>