

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, & Kotler. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Top Brand Award. (2020-2022). Top Brand Index. Indonesia: Top Brand Award.
- Ibrahim, A., Alang, A. H., Madi, Baharuddin, Ahmad, M. A., & Darmawati. (2018). *Metodologi Penelitian*. Gunadarma Ilmu, Samata-Gowa. ISBN 978-602-5866-14-2
- Moven, John (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga
- Pasaribu, B., Herawati, A., Utomo, K. W., & Rizqon, H. S. A. (2022). *Metodologi Penelitian*. Banten: Media Edu Pustaka
- Pieters, R., MacInnis, D. J., & Hoyer, W. D. (2013). *Consumer Behavior*.
- Kotler, P. & K. K. . (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*.
- Suciningtyas, W., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2012). *Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Media Communication Terhadap Keputusan Pembelian*. Management analysis journal, 1(1).
<http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj>
- Paramitha, M. P., Pembimbing, D., Sri, :, & Prabandari, P. (2016). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Brand Awareness Terhadap Purchase Decision MS Glow di Indonesia*. Jurnal Ilmiah FEB, Vol 10 (01).
- Putri Yani Br Sinaga, R., Yuliana Hutapea, J., Kol Masturi No, J., Rahayu, C., Parongpong, K., Bandung Barat, K., & Barat, J. (2022). *Pengaruh Brand Image, Harga, dan Review Product terhadap Keputusan Pembelian Skincare Wardah pada Mahasiswa Unai*. Jurnal Ekonomi, Sosial, dan Humaniora, Vol 3 (08).

- Srihadi, R. H., & Pradana, M. (2021). *The Influence of Brand Image on Purchasing Decisions in Body Mist Products the Body Shop Bandung*. e-Proceeding of Management, Vol 8 (04).
- Herawati., & Putra, Angga Sanita. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Azarine Cosmetic*. Journal on Education, Vol 5 (02).
- Rahayusih, Tri. (2023). *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga, Vol 2 (02).
<https://doi.org/10.26740/jptn.v2n2.p%25p>
- Aco, Nur Asia. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Scarlett Di Kabupaten Mamuju*. Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen, Vol 2 (01).
- Santosa, Devita Agustin., Erdiansyah, Rezi., Pribadi, Muhammad Adi (2018). *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Innisfree*. Prologia, Vol 2 (02).
- Pratama, C. A., & Rakhman, A. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador Kepuasan Pelanggan Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Acne Care Scarlett Whitening*. Jurnal Imiah Hospitality, Vol 11, 621
- 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 (EKONIKA), 7(2), 334-350.
- Kolinug, M.S., Mananeke, L., & Tampenawas, J.L.A. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Rtulanggi)*. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi, 10(3), 101-111.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Marliani, I. (2018). *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk The Body Shop (Studi Kasus Pelanggan The Body Shop Kota Semarang)*. Universitas Diponegoro: Semarang

L'Oreal Groupe. <https://www.loreal.com/id-id/indonesia/>

Garnier. <https://www.garnier.co.id>

Patiallo, Mayke. (2020). *Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Makassar*. Universitas Hassanudin: Makassar.