

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, & Tantri. (2013). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Angelina, G., Gunawan, E., Angelina, G., Massie, J. D., Gunawan, E., Manajemen, J., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2022). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Di Era Pandemi (Studi Pada Konsumen The Body Shop Kota Manado) The Influence Of The Marketing Mix On The Body Shop Purchase Decision In The Pandemi Era (Study On Consumers Of The Body Shop In Manado City)*. 208 *JURNAL EMBA*, 10(1), 208–219.
- Ariffin, Z. Z. (2014). *Analyzing the Dimension of Korean Popular Culture Among Malaysian Adolescent The Students Intention and Perception Towards Entrepreneurship Program: A Comparative Study View project Darat Malaysia View project*. <https://www.researchgate.net/publication/307882436>
- Assauri, S. (2019). *Manajemen Pemasaran (1st ed.)*. PT Rajagrafindo Persada.
- Cendani, T. P. (2017). *Pengaruh Marketing Mix 7p Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Jasa Laundry Sepatu (Studi Pada Glow Shoes Care)*.
- Chaffey, D., & Ellis, F. C. (2020). *Digital Marketing*. Pearson Education.
- Ernawati, D. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung*. In *Jurnal Wawasan Manajemen* (Vol. 7, Issue 1).
- Febrianty, Nurmiati, & Luthfi. (2020). *Pengantar Bisnis: Etika, Hukum & Bisnis Internasional*.
- Firmansyah. (2019). *Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran*. Grup Penerbitan CV Budi Utama.
- Hakim, L. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Cipta Prima Nusantara.
- Handayani, & Fathoni. (2019). *Buku Ajar Pemasaran Islam*.
- Iskandar, & Argo. (2022). *Factors Influencing Purchase Decisions On Somethinc Products*. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, Vol.24(1), 131–144.
- Ismanto, W., Munzir, T., Tanjung, R., Lestari, L., & Ashari, E. (n.d.). *The Influence Of Marketing Mix On Purchase Decision*. 11. <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms>
- Jusuf, D. (2018). *Perilaku Konsumen Di Masa Bisnis Online (1st ed.)*. Penerbit Andi.
- Kotler, & Armstrong. (2016). *Marketing Mix*.
- Lina. (2022). *Makin Diminati, Perawatan Pria Menjadi Tren Masa Kini*. <https://Pressrelease.Kontan.Co.Id/Release/Makin-Diminati-Perawatan-Pria-Menjadi-Tren-Masa-Kini?Page=all>.

- Lita, R., & Cho, Y. C. (2013). The Influence Of Media On Attitudinal And Behavioral Changes: Acceptance Of Culture And Products. *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, 11(12), 1433. <https://doi.org/10.19030/iber.v11i12.7617>
- Musfar. (2020). *Bauran pemasaran sebagai materi pokok dalam manajemen pemasaran*. CV Media Sains Indonesia.
- Nanda, & Karmela. (2023). Pengaruh Korean Wave, Brand Ambassador Dan Brand Awareness Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survey Online Pada Pengguna Skincare Produk Scarlett Whitening Di Ciayumajakuning). *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(2), 232–250. <https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v4i2.5650>
- Pahlevi, R. (2021, December 28). *5 Produk Skincare Favorit Perempuan, Apa Saja?* <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2021/12/28/5-Produk-Skincare-Favorit-Perempuan-Apa-Saja>.
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*.
- Pradipta, D. (2017). *Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian” (Survei pada Konsumen Pembeli dan Pengguna Kartu Perdana simPATI Telkomsel di Lingkungan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2012 dan 2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya*.
- Rasyid, R., & Karya, D. (2021). Peran Consumptive Lifestyle, Beauty Vlogger, Brand Image, Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Korea (Innisfree) Di Surabaya. *Media Mahardhika* , 19(No.2).
- Riha, I. (2021). Analisis Perbandingan Minat Konsumen Remaja Putri Siswa Smk Pariwisata Terhadap Produk Kosmetik Skincare Antara Produk Lokal Di Surabaya Dan Produk Luar Negeri (KOREA). *E-Jurnal. Volume 10 Nomer 3 (2021), Edisi Yudisium 3 Tahun, 2021, Hal 181-190* .
- Rupayana, I. K., Suartina, I. W., & Mashyuni, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Keputusan pembelian dan Electronic Word of Mouth (EWOM) terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Smartphone Merek Oppo di Kota Denpasar. *Widya Amrita*, 1(1), 233–247. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1167>
- Seong, J., & Yuwanto. (2014). *Era Emas Hubungan Indonesia-Korea: Pertukaran Kultural Melalui Investasi dan Migrasi*. Penerbit Buku Kompas.
- Supriadi, Y. (2022). *Strategi Manajemen Pemasaran Di Era Digital*.
- Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa*. Banyumedia.
- Yanthi, A., D., H. P. , & Astuti, M. (2020). *Peran Korea Wave, Lifestyle Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Innisfree*. Prosiding Biema.
- Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1997). *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

- Sugiyono. (2017). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (2 ed.). Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). Multivariate Data Analysis. *Vectors*. <https://doi.org/10.1016/j.ijpharm.2011.02.019>