

DAFTAR PUSTAKA

- Abimanyu, R., & Hermana, C. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Cashback Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Januari, 1*, 398–408. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7545920>
- Adiwidjaja, A. J., & Tarigan, Z. J. H. (2017). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse*.
- Afifah, M. N., & Sitorus, D. H. (2023). Jurnal Mirai Management Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina di Batam. *Jurnal Mirai Management, 8(1)*, 328–340.
- Aliffia, S., & Purnama, H. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador Song Joong-Ki Terhadap Brand Image Scarlett Whitening*.
- Anggraeni, N. A., & Farid Wajdi, M. (2024). SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Daya Tarik Iklan, Brand Image dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Azarine Cosmetic. *SEIKO : Journal of Management & Business, 7(1)*, 104–120.
- Awalya, S. S., Winarso, W., & Anas, H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Sunscreen “Merek Azarine” (Pada Generasi Z Bekasi). *JURNAL ECONOMINA, 2(10)*, 2704–2721. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.895>
- Ayu Kusumaratni, D., Studi Sarjana Farmasi, P., & Ilmu Kesehatan Bhakti Wiyata, I. (2023). Hubungan Tingkat Pengetahuan Terhadap Penggunaan Sunscreen Pada Mahasiswa Farmasi (Vol. 1, Issue 2).
- Budi, F. S., & Khuzaini. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger (Pada Mahasiswa Stiesia Surabaya) *Khuzaini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Damayanti, F., & Munarsih. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina Cosmetics Pada Dan+Dan Villa Dago Pamulang.
- Darmawan, A. S., Chery, A., & Safitri, M. A. (2022). Efektitas Iklan Produk Sunscreen “Azarine” Melalui Akun Tiktok @Dictionarei Terhadap Minat Pembelian. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS), 2(3)*, 222–227. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i3.330>
- Dewi, W. W. A., Febriani, N., Destriy, N. A., Tamitiadini, D., Illahi, A. K., Syauki, W. R., & Prasetyo, B. D. (2022). *Teori Perilaku Konsumen*.

Maria Chantica Ardi, 2024

PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, DAN PRICE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUNSCREEN AZARINE

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

- Faridah, F., Nurlina, N., & Widowati, R. (2023). Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(1), 258–267. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i1.4547>
- Fauziah, Y., Dwikotjo, F., Sumantyo, S., & Ali, H. (2023). Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *JKIS*, 1(1). <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1>
- Feby Mulandari, A., Ula Ananta Fauzi, R., & Murniyati, D. (2023). Simba Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 5, Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 5, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Social Media Marketing, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening Di Kota Madiun (Studi kasus pada pengguna Scarlett Whitening Kota Madiun).
- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Produk Dan Merek: *Planning & Strategy*.
- Fitriana, Sudodo, Y., & Hakim, L. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame (Studi Kasus pada Pelanggan Oriflame di Kabupaten Sumbawa) (Vol. 2, Issue 1). <http://jurnal.uts.ac.id>
- Gangga Dewi, A. A. I. K., Tika Kurniawati, N. P. A., & Mayun Narindra, A. A. N. (2023). The Role of Online Customer Review, Brand Image, and Brand Trust on Purchase Decision of Sunscreen Product at Murni Cosmetic Store. *Journal Of Economics, Finance And Management Studies*, 06(06). <https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i6-17>
- Gultom, S. I. (2023). Pengaruh Influencer Marketing Dan Sales Promotion Terhadap Minat Beli Kembali Produk Sunscreen Azarine Di Kota Medan Timur. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish>
- Hasbi. (2021). *Hasbi. (2021)*. Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan.
- Herawati, & Putra, A. S. (2023a). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Azarine Kosmetik. 05(E-ISSN: 2654-5497, P-ISSN: 2655-1365), 1–9.
- Herawati, & Putra, A. S. (2023b). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Azarine Kosmetik.
- Ilham Royyan Nafi, M. (2022). Pengetahuan, Sikap, dan Perilaku Mahasiswa dalam Pemakaian Tabir Surya saat Memakai Gawai selama Pembelajaran Daring. In *Jurnal Farmasi Komunitas* (Vol. 9, Issue 1).
- Imanulah, R. , A. M. F. N. (2022). Pengaruh Citra Toko, Varian Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Pancious SOMA Palembang.

- Istiyanto, B., Nugroho, L., Tinggi, S., & Surakarta, I. E. (2017). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil LCGC di Surakarta). In *Budi Istiyanto & Lailatan Nugroho Hal 1 dari 8 EKSIS* (Vol. 12, Issue 1). <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/001/article/view/75>
- Khansaputri Perdana, R., & Ika Kusuma Wardhani, N. (2021a). Ketertarikan Pelanggan Terhadap Lee Min Ho Sebagai Brand Ambassador Dan Citra Merek Lazada Terhadap Keputusan Pembelian. 7(1), 56–63. <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>
- Khansaputri Perdana, R., & Ika Kusuma Wardhani, N. (2021b). *Maker: Jurnal Manajemen Ketertarikan Pelanggan Terhadap Lee Min Ho Sebagai Brand Ambassador Dan Citra Merek Lazada Terhadap Keputusan Pembelian*. 7(1), 56–63. <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>
- Khoiriah, N., Mursito, B., & Marwati, F. S. (2023). *Keputusan Pembelian Ditinjau Varian Produk, Citra Merek dan Brand Ambassador Terhadap Sunscreen Azarine di Surakarta*.
- Khoirunnisa, S., Syarief, N., & Supriadi, Y. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Nivea. *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management*, 2(1), 240–259. <https://doi.org/10.53363/buss.v2i1.90>
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2021). *Principles of Marketing: Global Edition*. <https://support.pearson.com/getsupport/s/contactsupport>
- Kotler, P., & Keller, K. I. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*.
- Kurniawati, N. I., Pemasaran, M., & Vokasi, S. (2020). Analisis pengaruh word of mouth dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik makeover kota semarang. *FORUM EKONOMI*, 22(2), 286–295. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI>
- Laili, F. M., Hariasih, M., Maya, H., Sari, K., Sidoarjo, M., Com, F. M., & Id, M. A. (n.d.-a). *The Role Of Brand Ambassador, Brand Image And Price On Purchasing Decisions For Skincare Sunscreen* (Peran Brand Ambassador, Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Sunscreen)
- Laili, F. M., Hariasih, M., Maya, H., Sari, K., Sidoarjo, M., Com, F. M., & Id, M. A. (2024). *Peran Brand Ambassador, Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Sunscreen*.

Maria Chantica Ardi, 2024

PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, DAN PRICE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUNSCREEN AZARINE

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

- Lathifah, I., Khoiriah, N., Mursito, B., & Marwati, F. S. (2023). *Keputusan Pembelian Ditinjau Varian Produk, Citra Merek dan Brand Ambassador Terhadap Sunscreen Azarine di Surakarta.*
- Lestari, A. T., & Cahya, S. B. (2023a). Pengaruh Brand Ambassador Korea Lee Minhoo, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Azarine. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2).
- Lestari, A. T., & Cahya, S. B. (2023b). Pengaruh Brand Ambassador Korea Lee Minhoo, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Azarine (Studi Pada Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomika Dan Bisnis UNESA). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2).
- Luh, N., Sari, G., Astuti, D., Gde, I., Surya, D., Widhyadanta, A., Sari, R. J., Kunci, K., Merek, C., Merek, K., & Pembelian, K. (2021). *E-JURNAL* Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana. 10(10), 897–910. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/>
- Maharani, P., & Hidayat, A. M. (2024). *Pengaruh Brand Ambassador Lee Minhoo, Electronic Word of Mouth Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sunscreen Lokal Azarine.* <http://ejournal.urindo.ac.id/index.php/administrasimanajemen/index>
- Mandasari, P. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek serta Korean Wave terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Tokopedia.*
- McCord, M., & Wolfinger, E. (2009). *The ABC of XYZ.*
- Melati, R. S., & Dwijayanti, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8. <https://forms.gle/t44jvKgVK6XAIzWi8>.
- Nabila, V. A., Alhada, M., Habib, F., Manajemen, P., Syariah, B., Sayyid, U., & Tulungagung, A. R. (2023a). Jurnal Mirai Management Pengaruh Content Marketing Aplikasi Tiktok, Online Customer Review, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Masker Camille Beauty. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 590–601.
- Nabila, V. A., Alhada, M., Habib, F., Manajemen, P., Syariah, B., Sayyid, U., & Tulungagung, A. R. (2023b). Jurnal Mirai Management Pengaruh Content Marketing Aplikasi Tiktok, Online Customer Review, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Masker Camille Beauty. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 590–601.

- Nurfitriani, Rumi, A., & Sultan, A. (2021). Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Pengetahuan Penggunaan Sunscreen Pada Mahasiswa Universitas Tadulako.
- Oktaviana, F. S. (2021). Pengaruh Suasana Toko dan Varian Produk terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di FZ Shopee Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 9(1), 1174–1180.
- Purwanto, S., & Sutarno, A. (2022). *erilaku Konsumtif Generasi Z Terhadap Keputusan Pembelian Produk Silverqueen Di Kota Sidoarjo*.
- Putri, A., & Santoso, A. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Korean Wave, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Produk Nature Republic. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 19(2), 92–98. <https://doi.org/10.23960/jbm.v19i2.912>
- Putri Lianie, A., Che Chilia, T., & Tatin Hernidatiatin, L. (2023). *The Effect of E-WOM and Consumer Satisfaction on Repurchase Interest in Azarine Sunscreen in Cirebon*. 03(10), 1687. <https://doi.org/10.59141/jrssem.v3i08.559>
- Putri Nugraha, J., Al, D., Gairah Sinulingga, S., Rojiati, U., Gazi Saloom, Mk., Rosmawati, Ms., Fathihani, Ms., Mail Hilian Batin, M., Widya Jati Lestari, M., Khatimah, H., & Maria Fatima Beribe, C. B. (2021). *TEORI PERILAKU KONSUMEN*. https://repository.usd.ac.id/43512/1/7750_Ebook+Teori+Tinddapat+Pelanggan.pdf
- Rahma, Y. P., & Setiawan, B. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador, Electronic Word Of Mouth (E-Wom)* Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk *Sunscreen Azarine*. In *Jurnal Bisnis dan Manajemen* (Vol. 2, Issue 2).
- Ramadhani, A. N., & Masitoh, S. (2019). *Pengaruh Daya Tarik Iklan, Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. 11*.
- Rozalia, Rini Astuti, H., & Hs, R. (2020). *Ketertarikan Pelanggan Pada Brand Ambassador Dan Citra Merek Pada Keputusan Pembelian (Rozalia)*. 8, 149–162.
- Sari, S. L., Makiyah, F. F., & Hidayat, S. (2023). Analisis Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Dan Azarine Di Kalangan Mahasiswa.
- Solomon, M. R. (2020). *Engage, Assess, Apply and Develop Employability Skills with MyLab Marketing*. www.pearson.com/mylab/marketing
- Sugiyono. (2022). *Metode Analisis Pendidikan Kuantitatif, kualitatif dan R & D*.

Maria Chantica Ardi, 2024

PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, DAN PRICE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUNSCREEN AZARINE

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

- Suharno, M. H., & Sutarno, P. (2013). Promosi, Citra Merek, dan Saluran Distribusi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix di Kota Manado. *Jurnal EMBA 1(4)*, 105–115.
- Sukesti, F., Ghozali, I., Fuad, F., Almasyhari, A. K., & Nurcahyono, N. (2021). Faktors Affecting the Stock Price: The Role of Firm Performance. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 165–173. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.0165>
- Sukma Wijaya, B. (n.d.). *Dimensions of Brand Image: A Conceptual Review from the Perspective of Brand Communication*. www.iiste.org
- UU No. 20. (2016). *Undang-undang (UU) Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*.