

DAFTAR PUSTAKA

- Ari,J.,& Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*.Yogyakarta: Andi.
- Brestilliani, Lelly. 2020. Pengaruh *Brand Awaraness, Brand Ambassador*, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pada *Marketplace* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Stiesia). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 9, No. 2*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Buchari, Alma. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Chaniago, Harmon. 2021. Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pada Loyalitas Konsumen Nano Store. *International Journal Administration business & Organization, Vol. 1, No. 2*.
- Fatahillah, Sandi. 2019. “Pengaruh *Brand Ambassador, Brand Image*, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Produk *Eiger Adventure* Di Kota Makassar”. *Skripsi* Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nobel Indonesia Makasar.
- Giovani, Monalisa. 2019. “Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Nature Republic Aloe Vera Gel (Studi Kasus Di Asrama Mahasiswi Santikara Dan Asrama Putri Stella Duce 1 Yogyakarta)”. *Skripsi* Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Google Trend. <https://trends.google.co.id/trends/?geo=ID> (diakses pada 15 Desember 2021)
- Hastuti, D,. & Suryadi, N. 2020. “Pengaruh *Brand Ambassador*, Iklan, Dan Harga Terhadap Minat Pembelian Mie Sedaap Oleh Mahasiswa Universitas Brawijaya”. *Skripsi* Universitas Brawijaya Malang.
- Idntimes.com *Ranksing Reputasi Brand Boy Group K-POP 2021*
<https://www.idntimes.com/korea/kpop/nabila-dyahtasya-1/reputasi-boyband-kpop-november2021/1> (diakses pada 17 Desember 2021)

Instagram Brand Ambassador Nature Republic.
<https://www.instagram.com/naturerepublic.id/?hl=id> (diakses pada 16 Desember 2021).

Kotler dan Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran. Edisi 12 jilid 2*. Jakarta: Indeks.

Lailiya, Nisfatul. 2020. "Pengaruh *Brand Ambassador* Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia". *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis. Vol. 2, No. 2*. Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo.

Musyadat Cholil, Akmal. 2018. *101 Branding Ideas Strategi Jitu Memenangkan Hati Konsumen*. Yogyakarta: Quadrant.

Tirto.id. Data Nilai Impor Kosmetik Korea di Indonesia <https://tirto.id/indonesia-target-pasar-seksi-k-beauty-di-asia-cyRj> (diakses pada 13 Desember 2021)

Pebriyanti, Evi. 2020. "Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Brand Personality* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Korea Nature Republic Di Kabupaten Karawang". *Skripsi Universitas Singaperbangsa Karawang*.

Rizal, Achmad. 2020. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta: Deepublish.

Sagia, A., & Situmorang, H.S.,. 2018. "Pengaruh *Brand Ambassador, Brand Personality* Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Pengguna *Skincare* Produk Nature Republic Aloe Vera Di Fakultas Ilmu Budaya Universitas Sumatera Utara)". *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia, Vol. 5, No. 2*. Universitas Sumatera Utara.

Sahri, A., & Khuzaini. 2019. "Pengaruh Harga, Lokasi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Consina Store Surabaya". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 8, No. 12*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Sriyanto, A., & Kuncoro, A.W. 2019. "Pengaruh *Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli

- Online Shop* Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018)”. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, Vol. 8, No. 1. Universitas Budi Luhur Jakarta.
- Sterie, W.G., Massie, J.D., & Soepono, D. 2019. “Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian PT. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado”. *Jurnal EMBA*, Vol. 7, No. 4. Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono dan Diana. 2016. *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Wahyuni, Neli. 2020. “Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Tagline* Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic (Studi Pada Remaja Pengguna Kosmetik Nature Republic di Malang)”. *Skripsi* Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Widyawati, Rini. 2021. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Wardah (Studi Pada Konsumen Wanita Produk Lipcream Wardah)”. *Skripsi* Universitas Muhammadiyah Malang.
- William, J. (2012). *Prinsip Pemasaran, alih bahasa: Yohanes Lamarto*. Jakarta: Erlangga.