

DAFTAR PUSTAKA

- Alatas, S. L., & Tabrani, M. (Februari 2018). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Credibility. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*, Vol. 9, No. 1.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiami di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6.
- Azhari, R. D., & Fachry, M. F. (April 2020). Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Batik Kawarang di Ramayana Mall, Karawang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, Vol. 2 No. 1.
- Dewi, E. L., & Trianasari, N. (Agustus 2020). Pengaruh Citra Merek dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Innisfree di Indonesia. *e-Proceeding of Management Vol. 7 No.2*.
- Fajria, I. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Mustika Ratu. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ilmi, S., Pawenang, S., & Marwani, F. S. (Februari 2020). Pengaruh Choi Siwon Sebagai Brand Ambassador, Brand Image, dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembeli Mie Sedaap Korean Spicy Chicken. *Edunomika Vol.4, No. 1, 4*.
- Javed , A., & Hasnu, S. A. (2013). Impact of Country-of-Origin on Product Purchase Decision. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 1.
- Kanita, A. R., & Kusumawati, A. (2018). pengaruh Country Of Origin dan Online Costumer Review Terhadap Trust dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 61.
- Kotler, P. &. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. &. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. &. (2016). *Marketing Management, 16th Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Lestari, N. A. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Situs MatahariMall.Com.

Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya, Vol. 6, No. 1.

- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta.
- Priyono, H. E., Andi, T., & Minarsih, M. M. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek, Strategi Promosi, Atribut Produk, Harga Terhadap Minat Berkunjung Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli. *Journal of Management, 2*.
- Purnama, L., Suyani, T., & Hardipamungkas, N. E. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Online Gojek di Kota Tangerang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara, Vol. 2 No. 1*.
- Roslina. (2010, Mei). Citra Merek: Dimensi, Proses Pengembangan Serta Pengukurannya. *Jurnal Bisnis dan Manajemen, 6*, 334.
- Setiawan, L. (2018, April). pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi Pada Peoduk Green Tea Esprecielo Allure. *Jurnal Manajemen Pemasaran, 12*, 53-60.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metodr Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukma, K. S., Nurcahya, I., & Suryani, A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Imagen dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah Men's Biore. *E-Jurnal Manajemen UNUD, 5*, 2016-2043.
- Superwiratni. (2018). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Menginap Cottage Daarul Jannah. *The Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal, 8*.
- Supriyadi, Wiyani, W., & K.N, G. I. (Januari 2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 4 No.1*.
- Suria, N. N., Kusumawati, A., & Pangestuti, E. (2016, September). Pengaruh Country Of Origin Terhadap Citra Merek dan Dampaknya Bagi Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis, 38*.

Syamsurizal, & Ernawati, S. (Desember 2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rocket Chiken Kota Bima. *Jurnal Brand Vol. 2 No. 2*.

Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*. Jawa Timu: Banyumedia.

Wijaya, S. N. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelin Melalui Brand Image Pada Produk Sportswear Merek Under Armour. *Agora*, 8.

<https://www.beautynesia.id/berita-skincare/rekomendasi-produk-skincare-nacific-asal-korea-selatan/b-203166> (diakses pada tanggal 3 Januari 2022)

<https://www.cosmopolitan.co.id/article/read/9/2018/14717/6-brand-skincare-korea-yang-mencuri-perhatian-tahun-ini> (diakses pada tanggal 3 Januari 2022)

<https://abillkorea.gobizkorea.com/> (diakses pada tanggal 3 Januari 2022)

<https://naturalpacific.tradekorea.com/> (diakses pada tanggal 3 Januari 2022)

<https://www.nacificcosmetics.com/> (diakses pada tanggal 3 Januari 2022)