

DAFTAR RUJUKAN

- Amin, A. M., & Yanti, R. F. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, 2(1). Diakses dari <https://journal.al-matani.com/index.php/invest/article/view/111/64>
- Arikunto, S. (2007). *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Asmi, M., & Zaini, M. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, *Brand Trust*, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 5(1), 86-93. Diakses dari <https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/ekuitas/article/view/3688>
- Chin, W. W. (1998). *The Partial Least Squares Aproach to Structural Equation Modeling*. Modern Methods for Business Research. 295–336.
- CNBC Indonesia. (2024). “Lampau Wardah, Hanasui Jadi Kosmetik Paling Laris Jelang Lebaran”. Diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com/research/20240408105805-128-529320/lampau-wardah-hanasui-jadi-kosmetik-paling-laris-jelang-lebaran>
- Didik, G. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing* (B. Nasution, Ed.; Cetakan Pertama). Tebing Tinggi: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis & Disertasi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communications E-book*. USA: Wiley.
- Julianto, J., Michelle, C., Wahyudi, P., & Sahputra, R. D. (2023). Pengaruh Iklan dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Lemonilo di Kota Palembang. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, dan Perencanaan Kebijakan*, 1(2), 1–13. <https://doi.org/10.47134/jampk.v1i2.44>
- Kotler, P. (2019). *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Dalam Buku.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Edisi ke-15). New York: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke-13). Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, P. (2016). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Kesebelas, Jilid 2). Jakarta: Penerbit Indeks.
- Kotler, P. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maf'aroh, & Setiawan. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Fitur dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung (Studi pada Konsumen di Kabupaten Pati). *YUME: Journal of Management*, 5(1). Diakses dari <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/view/1464>
- Moh, K. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Wilayah Blitar. *Eco-Entrepreneurship*, 7(2). Diakses dari <https://journal.trunojoyo.ac.id/eco-entrepreneur/article/viewFile/19552/7938>
- Novandalina, A., Budiyono, & Ernawati. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, WOM (Word of Mouth), dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Natasha Skincare di Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, 15(2). Diakses dari <https://jurnal3.stiesemarang.ac.id/index.php/jurnal/article/view/618>
- Pamungkas, & Wardhani. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, Brand Ambassador dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Skincare Skintific (Studi pada Konsumen Produk Skintific Semarang). *Jurnal MANEKSI*, 13(2). Diakses dari <https://ejournal-polnam.ac.id/index.php/JurnalManeksi/article/view/2162/1078>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (1999). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (Alih Bahasa Damos Sihombing). Jakarta: Erlangga.
- Purwanto. (2008). *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi dan Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Safitri, Hasiholan, & Seputra. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi pada Konsumen Smartphone Xiaomi di Guffy Cell Banyumanik Semarang). *Jurnal Manajemen*, 9(1). Diakses dari <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/1999>
- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Silalahi, R., & Hartati, R. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse (Kasus pada

- Mahasiswa YKPN Yogyakarta). *Cakrawangsa Bisnis*, 2(2). Diakses dari <https://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/view/261>
- Statistika. (2023). Regresi Linear Berganda: Kasus Penerapannya. Diakses dari <https://ss.mipa.ub.ac.id/regresi-linear-berganda-kasus-penerapannya/>
- Sugiyono. (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis* (Edisi ke-10). Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan Metode R&D* (Cetakan ke-23). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Sunjoyo, D. (2013). *Aplikasi SPSS untuk SMART Riset*. Bandung: Alfabeta.
- Virgantini, Anggraini, & Jodi. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Social Media Marketing, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Tokopedia di Kota Denpasar. *Jurnal EMAS*, 4(3). Diakses dari <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/6282>
- Widyaputra, & Djawoto. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador, Kreativitas Iklan, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 7(7). Diakses dari <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/1376/1391>
- Wiyono, G. (2011). Wiyono, G. 2011. *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.