

DAFTAR PUSTAKA

- Abd, M. (2021). *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Abubakar, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Adya Rizka Nur Aliviani, L. M. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Consumer Ethnocentrism terhadap Minat Beli Produk Local Brand Skincare 'Somethinc'. *Manajemen Riview*, hal. 236.
- Anggita, V. (2022, September 1). Somethinc Pecahkan Rekor MURI Hingga Tunjuk Syahrini Jadi Brand Ambassador. *SWA Online*.
- Aptaguna A, Pitaloka E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Widyakala*, hal. 52.
- Budiaji, W. (2013). Skala Pengukuran Dan Jumlah Respon Skala Likert (The Measurement Scale And The Number Of Responses In Likert Scale). *Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan*, hal. 129.
- Cece, I. S. (2015). Pengaruh Brand Origin, Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Sepatu Macbeth Di Sogo Galaxy Mall Surabaya. *e-Jurnal Manajemen Kinerja*, hal. 103.
- Cece, I. S. (2015). Pengaruh Brand Origin, Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Sepatu Macbeth Di Sogo Galaxy Mall Surabaya. *e-Jurnal Manajemen Kinerja*, hal. 103.
- Cindi Laraswati, H. H. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek Dan Etnosentrisme Konsumen Terhadap Minat Pembelian Produk Somethinc. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, hal. 189.
- Cindy Ayu Prasasti, M. E. (2022). Pengaruh Label Halal, Pendapatan, Harga Produk, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Hand Body Lotion (Studi Pada Mahasiswi Muslim Di Kota Malang). *Jurnal Syarikah*, hal. 142.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Rehabilitasi, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Jakarta: guepedia.
- Darmanah, G. (2019). *Metodologi Penelitian*. Lampung: CV. Hira Tech.
- Delphine Yusticia Ratnasari, dkk. (2018). Perancangan Enterprise architecture pada Perusahaan Bidang jasa Menggunakan the Open Group Architecture Framework (Togaf). *Seminar Nasional Informatika*, hal.33.
- Devi Alfadina Yusi, d. (2017). Pengaruh Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Sikap Materialistis Dan Sikap Hedonisme Remaja. *Jurnal Kultur Demokrasi*.
- Elfia Vindi Saputri, H. S. (2022). Pengaruh Label Halal, Bahan Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Impor Korea (Pada Masyarakat Muslim Kota Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, hal. 5.

- Fadya Rizka Nur Aliviani, d. (2022). PENGARUH BRAND AWARENESS DAN CONSUMER ETHNOCENTRISM. *urgent trev management riview*.
- Fadya Rizka Nur Aliviani, dkk. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Consumer Ethnocentrism Terhadap Minat Beli Produk Local Brand Skincare ‘Somethinc’. *Urgentrev Manajemen Review*, hal. 240.
- Femi Oktaviani, D. R. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *PRofesi Humas*, hal. 6.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halilah, R. A. (2017). Pengaruh Brand Awareness terhadap Consumer Decision Making. *Jurnal Riset Bisnis & Investasi.*, 66.
- Hania, N. (n.d.). Uji Normalitas Dengan Metode Liliefors. *Statistika Pendidikan*, hal. 2.
- Ikram Mawar Sari, dkk. (2020). Pengaruh Sisa Hasil Usaha (Shu) Pada Koperasi Menggunakan Regresi Linear Berganda. *MAJU : JURNAL ILMIAH PENDIDIKAN MATEMATIKA*, hal. 112.
- Jajasan Penjelenggara Penterdjemah, P. A.-Q.-Q. (2019). *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019, Juz 1—10*. Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an: Hal.64 .
- Karisma, J. H. (2021). Pengaruh Media Sosial, Brand Influencer Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Di Marketplace Shopee Pada Saat Pandemi Covid-19. *vo. 16. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 109.
- Keller, P. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, P. (1987). *Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Kulon, K. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: KMKMJ Barat.
- Kurniawan, B. (2021). Pengaruh Online Customer Reviews Dan Rating Terhadap Minat Pembelian Di Lazada. *Jurnal Ilmiah Bisnis Manajemen dan Akuntansi*, hal. 124.
- Lestari, D. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Skincare Korea Selatan Di Indonesia (Studi Kasus Pada Masyarakat Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, hal. 5.
- Liana, L. (2009). Penggunaan MRA dengan Spss untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating terhadap Hubungan antara Variabel Independen dan Variabel Dependen. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, hal.19.
- Lubis, S. (2021). *Pengajuan Proposal Penelitian, Penetapan Komisi Pembimbing, Pembibingan, Pelaksanaan Penelitian Penulisan dan Ujian Thesis*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Masyita Ichsan, D. H. (2018). Pengaruh Consumer Online Rating And Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia Di Wilayah Dki Jakarta. *e-Proceeding of Management*, hal. 1829.

- Miranda, P. (2017). Pengaruh Brand Ambassador Tatjana Saphira Dalam Iklan Wardah Lightening Two Way Cake Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. *Repository Universitas Bakrie*.
- Muhson, A. (2006). *Teknik Analisis Kuantitatif*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nanda Bella Fidanty Shahnaz, Wahyono, . (2016). “Faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen di toko online”. *Management Analysis Journal*, hal.391.
- Nanda Puspitasari, d. (2023). Pengaruh Promosi, Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Beli Produk Somethinc. *Vol. 17. Universitas Dharmawangsa*, 311.
- Nasution, L. M. (2017). Statistik Deskriptif. *Jurnal Hikmah*, Hal. 52.
- Nel Arianty, Ari Andira. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* , hal. 40.
- Nel Arianty, Ari Andira. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, hal.40.
- Nilam Indah Susilowati, dkk. (2017). Pengaruh Alokasi Dana Desa, Dana Desa, Belanja Modal, Dan Produk Domestik Regional Bruto Terhadap Kemiskinan Kabupaten/Kota Di Jawa Timur. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, hal.525.
- Ningrum, N. S. (2016). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Md Clinic By Lazeta. *Bisnis dan Iptek*, hal. 145.
- Ningrum, N. S. (2016). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Md Clinic By Lazeta. *Bisnis dan Iptek*, hal. 145.
- Ningrum, R. A. (2021). Pengaruh Etnosentrisme Konsumen Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Merek Lokal Wardah. hal.11.
- Ningrum, R. A. (2021). Pengaruh Etnosentrisme Konsumen Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Merek Lokal Wardah.
- Ningrum, R. A. (2021). PENGARUH ETNOSENTRISME KONSUMEN DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PRODUK KECANTIKAN MEREK LOKAL WARDAH. *SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA*, 57.
- Philip Kotler, d. (2004). *Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia*. Indonesia: Indeks.
- Primasar, A. P. (2023). Strategi Penguatan Merk Somethincdi Market Placedengan Teknik Visual Marketing. *Vol. 6, JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 834.
- Pujihastuti, I. (2010). Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian. *Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah*, hal.44.
- Ramadayanti, F. (2019). Peran Brand Awereness Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, hal. 81.
- Ramadayanti, F. (2019). Peran Brand Awereness Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis* , hal. 81.

- salim, S. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media.
- Selfi Lailiyatul Iftitah, dkk. (2020). Peran Orang Tua Dalam Mendampingi Anak Di Rumah Selama Pandemi Covid-19. *JCE (Journal of Childhood Education)*, hal. 74.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Jember: CV Pustaka Abadi.
- Sujana, O. I. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger (Survey Persepsi Komunitas Pecinta Alam di Kota Bogor). *vol. 8, LPPM Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan*.
- Suprihanto, J. (2014). *Manajemen*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Wardhana, A. S. (2018). "PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN BANDUNG KUNAFE CAKE". . *Vol. 5. e-Proceeding of Management*, 2583.
- Wibowo, S. (2009). *Pengantar Manajemen Bisnis*. Bandung: Politeknik Telkom Bandung.
- Yayan Hendayana, N. A. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Belanja Online Melalui Marketplace Tokopedia. *KINERJA Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, hal. 36-37.
- Zefri, M. S. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura. *Vol. 21. Jurnal Ekonomi*, 311.