

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Mcdonald's Lampung. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 3(1), 59–68. <https://doi.org/10.57084/bej.v3i1.666>
- Amalia, H. A. (2021). *Somethinc Dampingi Reseller Memperkuat Kepercayaan Konsumen*. Investor.Id. <https://investor.id/lifestyle/276114/somethinc-dampingi-reseller-memperkuat-kepercayaan-konsumen>
- Asi, M. T. S., Johannes, & Ekasari, N. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, Dan Persepsi Merk Terhadap Minat Pembelian Mobil Merk Wuling Di Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, Vol. 9(No. 3), 149–162.
- 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>
- Basrah, Suherman, M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Konten Iklan Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(2), 456–478. www.aging-us.com
- Bataha, E. M., Mananeke, L., & Ogi, I. W. J. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Pemediasi (Studi Pada Warong Kobong di Kota Manado). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 7(1), 127–138. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v7i1.30247>
- Bayu Yudi Oktavia, E. S. (2022). Fokus Ekonomi Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Cafe Dewan Kopi Pati). *Fokus Ekonomi : Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 4(2), 167–183. <http://ejournal.stiepena.ac.id/index.php/fe>
- Benowati, S.G., P. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Triangle*, 1(2), 356–370.
- Clarita, N. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di CFC Grande Karawaci. *AKSIOMA : Jurnal Manajemen*, 2(1), 37–53. <https://doi.org/10.30822/aksioma.v2i1.2081>
- Compass.id. (2024). *Penjualan Tertinggi Brand Perawatan Kecantikan 2024*. https://www.instagram.com/p/DAQ_U31yAlM/?igsh=NGZyM2YwdmIwMnVh
- Compass. (2021). *Data Penjualan Produk Somethinc Agustus 2021 di Shopee*. Compass.Id. <https://compas.co.id/article/serum-somethinc-terlaris/>

- Daily, F. (2024). *Ulasan Pengguna Serum Somethinc di Media Sosial*. <https://reviews.femaledaily.com/products/treatment/peeling-50/somethinc/aha-bha-pha-peeling-solution>
- Databoks. (2022). *10 Skincare & Kosmetik Paling Diingat Penggemar Korea (Juni 2022)*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/8b3a8552888f28f/ini-produk-skincare-dan-kosmetik-paling-terkenal-di-kalangan-k-popers>
- Edeline, J., & Praptiningsih, M. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention Pada Produk Somethinc Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening Di Media Sosial Instagram. *Agora, Jurnal Mahasiswa Business Management*, 10(2), 1–7.
- FEB. (2021). *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus.
- Firmansyah. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Penerbit Qiara Media.
- Geraldine, Y. M. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Media Sosial Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Brand Wardah. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 71–82. <https://doi.org/10.46918/point.v3i1.880>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herawaty, T., Tresna, P. W., & Wisudastuti, F. E. (2021). Pengaruh Price Fairness Dan Service Fairness Terhadap Customer Satisfaction Pada Go-Jek. *AdBispreneur*, 1(3). <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v1i3.11213>
- Immanulell, D. M., & Maharia, M. A. (2020). Engaging Purchase Decision of Customers in Marketplace Channel: A Study of Fashion Online Retail. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(2), 106–117.
- Iprice. (2024). *Daftar Harga Katalog Harga Produk Skincare SOMETHINC Indonesia Terbaik 2024*. <https://iprice.co.id/somethinc/perawatan-kulit/>
- Ismagilova, E., Slade, E. L., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2020). The Effect of Electronic Word of Mouth Communications on Intention to Buy: A Meta-Analysis. *Information Systems Frontiers*, 22(5), 1203–1226. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s10796-019-09924-y>
- Karina Octavian, & Syaiko Rosyidi. (2023). Pengaruh Cita Rasa, Label Halal, Penetapan Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Yppi Rembang. *Jurnal Kompetitif*, 12(1), 15–28. <https://doi.org/10.52333/kompetitif.v12i1.81>
- Keller. (2020). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo.
- Keller, K. (2017). *Manajemen Pemasaran. Edisi 1*. MM. Jakarta :Erlangga.

- Kemenperin. (2015). Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional 2015 - 2035. *Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional 2015-2035*, 1–98.
- Komdigi. (2024). *Kemenperin: Industri Kosmetik Kian Tumbuh dan Berdaya Saing Global*. Komdigi.Go.Id. <https://www.komdigi.go.id/berita/artikel-gpr/detail/kemenperin-industri-kosmetik-kian-tumbuh-dan-berdaya-saing-global>
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). *Principles of Marketing* ((17th ed.)). Pearson Education Limited.
- Kotler, A. (2016). *Dasar Dasar Pemasaran* (Jilid I). Penerbit. Prenhalindo, Jakarta.
- Kotler, K. (2016). *Marketing Management 15th Global Edition*. England: Pearson Educationn Limited.
- Kotler, K. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran* (Keenam). Andi, Yogyakarta.
- Lea-Greenwood. (2016). *Fashion Marketing Communications*. NJ, USA: Wiley.
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Aplikasi Dalam Bisnis* (Edisi 2). Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Malikhah Rofi, N., Muna, U., Johan Suzana, A., Ria Uripi, C., & Pahlevi, A. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Persepsi Harga Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Scarlett Whitening Di Kota Banjarnegara. *Majalah Ilmiah Manajemen & Bisnis (MIMB)*, Vol 21(No 1), 215–224. <http://mimb-unwiku.com/index.php/mimb>
- Mari Ci, A., & Raymond. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Golden City Residence Kota Batam. *JURNAL ILMU: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(3), 3.
- Marketeers. (2022). *Somethinc Tunjuk Han So Hee Jadi Brand Ambassador, Kenapa?* Marketeers.Com. <https://www.marketeers.com/somethinc-tunjuk-han-so-hee-jadi-brand-ambassador-kenapa/>
- Maryati, & Khoiri.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Megawati. (2023). Pengaruh Word of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli Mebel Di Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(2), 414–416.
- Mudarifah, S. (2020). Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Maybelline Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Online Shop LAZADA.co.id). *Pragmatis*, 1(1), 23. <https://doi.org/10.30742/pragmatis.v1i1.1054>
- Muhammad Edy Supriyadi. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Kemasan Produk Terhadap Minat Beli Produk Skincare Somethinc. *Jurnal*

- Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 135–149.
<https://doi.org/10.56127/jekma.v2i2.742>
- Nabilaturrahmah, A., & Siregar, S. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Brand Image, dan e-WOM terhadap Minat Beli Produk Somethinc pada Followers Instagram @somethincofficial. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(7), 41–49. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6534500>
- Nasir, A. (2021). *Studi kelayakan bisnis (Kodri (ed.))*. CV.Adanu Abimata.
- Obing Zaid Sobir, & Santoso, A. (2022). Peran Minat Beli Dalam Membangkitkan Impulsive Buying. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(2), 255–258. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i2.439>
- Pandelaki, B. K. M., Mandey, S. L., & Raintung, M. C. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Lokasi dan Harga Terhadap Minat Beli Di R-ZONE Cafe Langowan. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 312–232. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.45878>
- Paperblog. (2022). *Somethinc, Merek Kosmetik yang Mengguncang Pasar Indonesia*. Paper.Id. <https://www.paper.id/blog/berita-acara-umkm/somethinc-produk-kosmetik-ternama-yang-mengguncang-pasar-indonesia/>
- Penny, & Makaba, K. A. (2024). Pengaruh Influencer Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Produk Skincare Skintific Di Shopee. *Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta*, 6(01), 26–42. <https://doi.org/10.53825/jmbjayakarta.v6i01.282>
- Prakarsa, S. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen di Optic Sun's. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i1.10180>
- Priansa, J. D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Pustaka Setia. Bandung.
- Prihartini, E., Mahiri, E. A., Hakim, A., Kurnadi, E., Endorse, C., & Konsumen, M. B. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorse Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Toko Elzatta Majalengka. *Jurnal Co ...*, 775–783. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/co-management/article/view/2254%0Ahttps://journal.ikopin.ac.id/index.php/co-management/article/download/2254/1845>
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.526>
- Putri, Lita.; Farida, S. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Personality Terhadap Minat Beli Pada Pengguna Skincare Pond's. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 07(3), 516–526.

<https://jurnal.stkippersada.ac.id/jurnal/index.php/JPE/article/view/1908/1456>

- Rifa'I Bayu, Mitariani Ni Wayan Eka, & Imbayani I Gusti Ayu. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Di Gallery Smartfren Denpasar. *Values*, 1, 1–12.
- Safitri, I., & Indra, N. (2024). Pengaruh Harga dan E-WOM (Electronic Word Of Mouth) Melalui Media Sosial TikTok Terhadap Minat Beli Produk Skincare Skintific. *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(3), 193–206. <https://ejournal-nipamof.id/index.php/PPIMAN/article/view/449/510>
- Sanjaya, V. F. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Iphone: Studi Kasus Mahasiswa Uin Raden Intan Bandar Lampung. *Srikandi: Journal Of Islamic Economics And Banking*, 2(1), 35–44. <https://journal.iaimnumetrolampung.ac.id/Index.Php/Srikandi/Article/View/2963%0D>
- Saputra, H., Muhazirin, B., & Panjaitan, H. P. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Persepsi Harga Dan Tempat Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Bakso Sido Kangen Pekanbaru. *LUCRUM: Jurnal Bisnis Terapan*, 1(1), 48–61. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/lucrum/index>
- Saputra, S., & Barus, F. M. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (e-Wom) Dan Citra Merek Terhadap Minat Belanja Konsumen Di Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 1–11. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen>
- Sari, R. H. B. I. (2023). Pengaruh Word of Mouth , Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Adiksi Coffee Purnawirawan. *Jurnal Enterpreneur Dan Bisnis (JEBI)*, 02(01), 26–32.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Sintia, S., Budianto, A., & Kader, M. A. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Citra Merek (Studi Pada Kosmetik Wardah di Toko Gunasalma Kawali). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 3(1), 124–135.
- Sonani, N., Sukayat, H., Sudrajat, A. P., & Sari, S. (2023). Brand Ambassador dan Marketplace terhadap Minat Konsumen pada Produk Fashion. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(1), 496–511. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i1.5162>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Tjiptono. (2019). *Pemasaran Jasa Edisi Terbaru*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Tsaniya, R., & Telagawathi, N. L. W. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(1), 32–39. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i1.34390>
- Wang, F, H. (2016). *The Influence Of Brand Ambassador on Brand Image and Consumer Purchasing Decision : A Case of Tour Les Jours in Indonesia*. International Conference on Entrepreneurship.
- Wjaya, G. P., & Yulita, H. (2022). Pengaruh Konten Marketing, E-WoM, dan Citra Merek di Media Sosial Tiktok terhadap Minat Beli Kosmetik Mother of Pearl. *Journal of Business & Applied Management*, 15(2), 133. <https://doi.org/10.30813/jbam.v15i2.3772>
- Yulita Sari, L., Ariansyah, & Barnianto, A. (2023). Aplikasi Pengolahan Data Bantuan Sosial Pada DesaPangkalan Babat Berbasis Web. *Jurnal Informasi Dan Komputer*, 11(2), 191–192.
- Yunita. (2024). Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Lipstik Wardah Pada Masyarakat Rawalumbu Kota Bekasi. *Jurnal Manifest*, 4(1), 89–104. <https://doi.org/10.56799/jceki.v1i6.801>