

DAFTAR PUSTAKA

- Arissandi, D., Setiawan, christina T., & Wiludjeng, R. (2019). 2 3 123. *Jurnal Borneo Cendekia*, 3(2), 40–46.
- Dewi, B. S. A., Suardana, I. M., & Satriawan. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 45–53. <https://doi.org/10.57141/kompeten.v1i1.6>
- Diniyah, K., & Herman. (2020). *Pengaruh Country of Origin dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic*. 143–151.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Fitriana, Sudodo, Y., & Hakim, L. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame(Studi Kasus pada Konsumen Oriflame di Kabupaten Sumbawa). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1).
- Fitriyah, R., & Iriani, S. S. (2014). Pengaruh Negara Asal Terhadap Persepsi Kualitas. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4), 1562–1572.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS Edisi Sembilan*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multioariete Dengan Program. IBM SPSS* 23.
- Imam, G. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Imam, G. (2016). *Aplikasi Analisis Multioariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8) Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Kharisma, L., & Hutasuhut, S. (2019). Peran Mediasi Minat Beli Pada Pengaruh Brandambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Niagawan*, 8(3), 197. <https://doi.org/10.24114/niaga.v8i3.15579>
- Kojongian, F. G., Tampi, J. R. E., & Walangitan, O. F. C. (2022). No TitlePengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline. *Jurusan Ilmu Administrasi, Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, Universitas Sam Ratulangi*.
- Kolinug, M. S., Mananeke, L., & Tampenawas, J. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 101. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41293>
- Kotler, A. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12*. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. and A. (2015). *Marketing an Introducing Pretiece Hall twelfth edition*. England: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing. 15th Edition*. NewJersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14E*. NewJersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition*. Pearson Education,Inc.

- Kotler Philip dan Kevin L. Keller. (2016). *Marketing Management and Brand management* (15th Editi). New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Lea-Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communications Ebook*. USA: Wiley.
- Lestari, A., & Septiana, N. (2021). Pengaruh Label Halal, Religious Commitment, Brand Ambassador Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro). *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 1(3), 1-19.
- Limakrisna, N. dan W. H. S. (2012). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Listiana, E. (2012). Pengaruh Country of Origin Terhadap Perceived Quality Dengan Moderasi Etnosentris Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 25-51.
- Lubis, R. H. (2017). *Cara Mudah Menyusun Laporan Keuangan Perusahaan Jasa*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Manggalania, L. K., & Soesanto, H. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsement , Country of Origin dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal Management*, 10(6), 1-15.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, dan A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1658-1667. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20411>
- Morissan M, A. (2014). *Metode Penelitian Suroei*. Jakarta: Kencana.
- Notoatmodjo, S. (2018). *Metodologi penelitian kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nur, I., Susanto, & Rimiyati, H. (2017). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah.

Jurnal Ekonomi & Bisnis, 4(1), 1-9.

- Nursiti, N., & Fameira, A. (2021). Pengaruh Country of Origin, Brand Ambassador, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Millennial Pada Produk Nature Republic Aloe Vera 92% Soothing Gel Di Jakarta. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 2(2), 96-107. <https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v2i2.59>
- Rafiqoh, Y. F., & Amirudih, M. A. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic. *Institu Bisnis Dan Teknologi Indonesia*.
- Rahayu, D. S. (2022). Pengaruh Country Of Origin, Persepsi Harga, dan Brand Ambassador terhadap keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Kosmetik YOU di Terang Beauty Demak). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 2022-2182.
- Sánchez, J. (2011). *The influence of entrepreneurial competencies on small firm performance*. 44.
- Sangadji, E. M. S. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Saputri, S. A., & Novitaningtyas, I. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Review Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Among Makarti*, 15(1), 65-76. <https://doi.org/10.52353/ama.v15i1.243>
- Savitri, D. A. (2012). *Analisis Pengaruh ROA, NPM, EPS, dan PER terhadap return saham*.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. (2014). *Consumer Behaviour*. London: Pearson Education.
- Schiffman, Leon G. dan Kanuk, L. L. (2018). *Perilaku Konsumen Edisi 7*. Jakarta Barat: PT Indeks.
- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2013). *Pearson Education, Inc. South-Western: Cengage Learning*.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku ajar: Manajemen pemasaran*. Jember: Pustaka

Abadi.

Sugiyono. (2019). *Statistika untuk penelitian*. ALFABETA, CV.

Tiara, S. A., & Sulistyowati, R. (2022). Pengaruh Country Of Origin Dan Brand Love Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Nature Republic Di Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) P-ISSN 2337-6078 Volume, 10(1)*, 1583–1590.

Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & satisfaction*.

Trinh, G., Corsi, A., & Lockshin, L. (2019). How country of origins of food products compete and grow. *Journal of Retailing and Consumer Service*.