

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R., Hinggo, H. T., & Zaki, H. (2023, Maret). PENGARUH BRAND AMBASSADOR, E-WOM, DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ERIGO. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA, Vol.2, No. 1*, 433 - 445.
- Algista, C., Dewi, R. S., & Wijayanto, A. (2022). PENGARUH VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUNSCREEN WARDAH MELALUI BRAND AWARENESS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 11*, 59-69. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Asia, N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Scarlett Di Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen, 6*, 149-162.
- Cahaya, Y. F., Narwastu, C. I., & Winarti, E. (2023). *KEPUTUSAN PEMBELIAN Tinjauan Endorsement Influencer dan Daya Tarik Melalui Hubungan Parasosial*. Serang: CV. AA RIZKY.
- Chisjunian, Gultom, R., & Lubis, T. W. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Pada Konsumen Maximart Thamrin Plaza Medan. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil (JWEM)*, 33-43.
- Fauziyah, Y., Sri Sumantyo, F. D., & Ali, H. (2023, Januari 2). Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial, 1*, 48-64. Retrieved from <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1>
- Ferdinand, Ginting, E. S., & Effendi, N. (2021). The Influence of Price, Promotion and Product Quality on Affinois Purchase Decisions . *Social Science, Economics and Art*, 130-136.
- Ghazali, I. (2021). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. (A. Heri, Ed.) Semarang, Indonesia: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kamal, A. F., Nobelson, & Supriadi, Y. N. (2023). The Influence of Online Customer Review, Customer Rating, and Viral Marketing on Purchase Decisions in Generation Z at Tokopedia. *Business, Technology, and Organizational Behavior*, 284-294.
- Katiandagho, N. J. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Harga, dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna TikTok Shop. *Jurnal Manajemen Unsera*, 13-27.

- Khoirunnisa, S., Syarief, N., & Supriadi, Y. N. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUNSCREEN NIVEA. *Journal of Business and Management*, 240 - 259.
- Laili, F. M., Hariasih, M., & Sari, H. M. (2024, Februari). PERAN BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE DAN HARGA TERHADAP . *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7 Nomor 2, 2876 - 2888.
- Lestari, A. T., & Cahya, S. B. (2023). PENGARUH BRAND AMBASSADOR KOREA LEE MINHO KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUNSCREEN AZARINE (STUDI PADA MAHASISWA AKTIF FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS . *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 11 No 2 , 174 - 186.
- Lubis, Z. (204, September 12). *Tafsir Surat Al-Isra' ayat 26-27: Anjuran Menggunakan Harta dengan Bijak, Tidak Boros*. Retrieved from NU Online: <https://islam.nu.or.id/tafsir/tafsir-surat-al-isra-ayat-26-27-anjuran-menggunakan-harta-dengan-bijak-tidak-boros-dn8kY>
- Muslimin, S., & Zainab, W. J. (2020, January). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 2, 1-11.
- Nose Herbal Indo*. (2025, January 2). Retrieved from Tren Skincare Indonesia yang Masih Populer di 2025: <https://nose.co.id/tren-skincare-indonesia-yang-masih-populer-di-2025>
- Oktavianti, A. N., Sarah, S., & Wijaya, F. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Trust dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Sunscreen Wardah Berkandungan 4-Methylbenzylidene Camphor (4-MBC). *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi, & Bisnis*, 21-36.
- Parasari, N. S., Wiaya, G. C., Purwandi, D. P., & Permana, G. P. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Brand Ambassador dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Produk Avoskin Beauty di Denpasar. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 153-162.
- Pratama, C. A., Dewi, R. S., & Wijayanto, A. (2022). PENGARUH VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUNSCREEN WARDAH MELALUI BRAND AWARENESS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 59-69.
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2020). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus 212 Mart Cikaret. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2, 150-59. Retrieved from <http://journal.laaroiba.ac.id/index.php/elmal/article/view/345>

- Rahmawati, R., Jatmiko, R. D., & Sa'diyah, C. (2022). The Effect of Brand Ambassador, Website Quality, and E-WOM on Purchase Decision in Shopee E- Commerce. *Maksipreneur*, 218-233.
- Ramadhan, K. D., Fardiansyah, D. S., Pramesti, M. A., Triadi, D. T., & Wahyu. (2024, April). IMPLEMENTASI PRINSIP KUALITAS DAN ETIKA ISLAM DALAM MEMPERTAHANKAN KELANCARAN PRODUKSI. *Al-Amar*.
- Ramayanti, R. N., & Andriana, A. N. (2023, May). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow. *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah*, 1143-1151. doi:10.47065/ekuitas.v4i4.3309
- Rinandiyana, L. R., Badriatin, T., & Saepudin, A. (2022, April 9). VIRAL MARKETING CONCEPT AND VIRAL MARKETING DEVELOPMENT ON CONSUMER BUYING APPROACH. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 6, 117-123. Retrieved from <https://doi.org/10.36555/almana.v6i1.1780>
- Sari, D. P. (2021, Maret). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN, KUALITAS PRODUK, HARGA KOMPETITIF, LOKASI (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, II(4), 524-533.
- Sugiyono. (2020). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. BANDUNG: ALFABETA, CV.
- Syamsa, S. Q., & Purwanto, S. (2023). The Effect of Viral Marketing and Online Customer Reviews on Instagram on Purchase Decisions for Mixue Ice Cream in Surabaya. *Business and Management Review*, 720-734.
- Tuminting, C. C., & Santoso, S. (2024). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, GAYA HIDUP & PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Journal Systems*, 3353 - 3359.
- Vildayanti, R. A., & Adawiyah, R. (2024). PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI SHOPEE. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 7, 1-14.
- Vildayanti, R. A., & Adawiyah, R. (2024). PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI SHOPEE (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur Jakarta). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 7(1), 1-14. Retrieved from <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek>

- Wardani, I., & Rizky, D. (2023). Pengaruh Brand Image, Korean Wave, Fanatisme dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Economics and Business*, 7, 1114-1124. doi:10.33087/ekonomis.v7i2.1357
- Wilistyorini, V., & Sussanto, H. (2022). THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY, PRICE, AND TRUST ON PURCHASE DECISIONS (CASE STUDY ON SHOPEEFOOD USERS). *Management and Economics*, 01-12.
- Zaki. (2018). APLIKASI VIRAL MARKETING PADA PERSPEKTIF PEMASARAN SYARIAH.