

DAFTAR PUSTAKA

- Adaby, O. C., & Nurhadi. (2022). Pengaruh Promosi Media Sosial, Electronic Word of Mouth (E-Wom) Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Erigo Apparel. *Forum Bisnis Dan Kewirausahaan Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 12(1), 35–46.
- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen: Teori dan Aplikasi*. AE Publishing.
- Agung, A. A. P., & Yuesti, A. (2019). *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif Dan Kualitatif* (Edisi Ke-1).
- Ahyar, H. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.
- Ali Sahab. (2019). *Buku Ajar Analisis Kuantitatif Ilmu Politik dengan SPSS*.
- Amstrong, G., & Philip, K. (2021). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Penerbit Prenhalindo.
- Annur, C. M. (2024a). *Ada 185 Juta Pengguna Internet di Indonesia pada Januari 2024*. Databoks.Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/27/ada-185-juta-pengguna-internet-di-indonesia-pada-januari-2024>
- Annur, C. M. (2024b). *Perawatan dan Kecantikan, Kategori FMCG Terlaris di E-commerce RI 2023*. Ataboks.Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/11/perawatan-dan-kecantikan-kategori-fmcg-terlaris-di-e-commerce-ri-2023>
- Arief. (2020). *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Bayumedia Publishing.
- Athena. (2022). *Produk Kecantikan Berkualitas Bersumber Dari Layanan Maklon Kosmetik Dan Skincare Terbaik*. Athenaroyalkosmetika.Com.
<https://athenaroyalkosmetika.com/>
- Barnes, L., & Lea-Greenwood, G. (2018). *Pre-loved? Analysing the Dubai luxe resale market. In Vintage luxury fashion*. Palgrave Macmillan.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2021). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective*. McGraw-Hill.
<https://thuvienso.hoasen.edu.vn/handle/123456789/8039>
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7 ed). Pearson.
- Daffa, M. A., Rinaldi, N., Millanyani, H., & Trianasari, N. (2023). The Effects Of Social Media Marketing Activities Through Brand Awareness And Brand Image On Brand Loyaltu And Emotional Attachment In Traveloka Lecture in the Master Management Study Program. *International Journal of Science*, 2022, 262–273. <http://ijstm.inarah.co.id262>
- Damayanti, S., & Rizka. (2020). Pengaruh Promosi Melalui Sosial Media dan

- Review Produk Pada Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa STIE Pasaman). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3).
- Dewi, L. G. P. S., Oei, S. J., & Siagian, H. (2020). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia. *EDP Sciences*.
- Faradasya, C. ., & Trianasari, N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Kpop Stray Kids Dan Brand Image the Influence of Brand Ambassador Kpop Stray Kids and Brand Image on Purchase Decisions (Study Case of E-Commerce Shopee). *E-Procedding of Management*, 8(2), 1–9. (Trianasari, Fitriani, & Rachmawati, 2023)t/article/view/14755
- Fawwaz, I. El, & Indrawati. (2020). The Impact of Brand Ambassador on Brand Image and Consumers ' Purchasing Decision : A Case of BTS as Tokopedia ' s Brand Ambassador. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 9(6), 2018–2021. <https://doi.org/10.21275/SR20628114516>
- Gibraltar, G., & Suyanto, A. M. A. (2023a). Pengaruh Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *E-Proceeding of Management*, 10(5), 3501–3516. <http://journal.jis-institute.org/index.php/jbme/article/view/1620%0Ahttps://journal.jis-institute.org/index.php/jbme/article/download/1620/1128>
- Gibraltar, G., & Suyanto, A. M. A. (2023b). Pengaruh Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *E-Proceeding of Management*, 10(5), 3501–3516.
- GoogleTrends. (2024). *Google Trends Pencarian Klinik Athena*. Trends.Google.Co.Id. <https://trends.google.co.id/trends/>
- Gunawan, C. (2020). *Uji Asumsi Klasik*. In C. Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS*. Deepublish.
- Hatmawan, A. A., & Riyanto, S. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. CV Budi Utama.
- Haykal, A. P., Febrilia, I., & Monoarfa, T. A. (2023). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen dalam Berbelanja Online. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 9(1), 356–363.
- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. (2022). Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 329–346.
- Ilaisyah, H. L., & Sulistyowati, R. (2020). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 2019(2132), 235–238. file:///C:/Users/Acer/Documents/New

folder/Vel 36.pdf

- Imam, G. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit UNDIP. https://opac.uin-antasari.ac.id/index.php?p=show_detail&id=24900&keywords=
- Indra P, I., Made, & Cahyaningrum, I. (2019). *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian*. Deppublish Publisher.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Keller. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Global Edition: Pearson.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (Fifth Edit). Pearson Education.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. PT RajaGrafindo Persada.
- Khalifah, A. R., Triwardhani, D., & Syarief, N. (2021). Keputusan Penggunaan BNI Mobile (Studi Kasus Pada Pengguna BNI Mobile di Jakarta). *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 962–980.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). Principles of Marketing, 8th Edition. In 21. published by Pearson Education.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles of Marketing Eight European Edition*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Erlangga.
- Kuheba, M. R., Manoppo, W. S., & Tumbel, T. M. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Go-Jek pada Mahasiswa Fispol Unsrat Manado. *Productivity*, 1(2), 120–127.
- KumparanNews. (2024). *Kasus Pencurian di Klinik Richard Lee: Diduga Rekalaya, GM dan Dokter Diperiksa*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/kumparannews/kasus-pencurian-di-klinik-richard-lee-diduga-rekalaya-gm-dan-dokter-diperiksa-22hF3qhQ7r7>
- Kuncoro, W., & Windyasari, H. A. (2021). Consumer purchasing decision improvement model through brand image, religiosity, brand ambassador and brand awareness. *International Business Research*, 14(8), 42-54.
- Majid, S., & Suyanto, M. A. A. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Somethinc. *E - Proceeding of Management*, 10(5), 3527–3536.
- Manullang, & Hutabarat. (2016). *Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi Global*. Indomedia Pustaka.
- Nofiawaty, N., Fitrianto, E. M., & Iisnawati, I. (2020). Brand Ambassador and the

- Effect to Consumer Decision on Online Marketplace in Indonesia. *Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business*, 4(January), 21–30. <https://doi.org/10.29259/sijdeb.v4i1.21-30>
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian sosial*. Media Sahabat Cendikia.
- Nurhasanah. (2021). The Effect of E-WOM, Brand Trust, and Brand Ambassador on Purchase Decisions at Tokopedia Online Shopping Site. *International Conference on Advanced Science and Technology*.
- Prasetyo, F. I., Budiyanto, M. A., & Reformasi, E. (2022). Pengaruh Brand Awareness, Brand Loyalty dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Online di Marketplace Tokopedia (Study Kasus Konsumen Tokopedia Jabodetabek). *JUEB: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(3), 58–67.
- Putri, A. S. (2024). *5 Rekomendasi Klinik Kecantikan di Indonesia dengan Perawatan Lengkap Agar Lebaran Semakin Glowing*. Fimela.Com. <https://www.fimela.com/beauty/read/5558165/5-rekomendasi-klinik-kecantikan-di-indonesia-dengan-perawatan-lengkap-agar-lebaran-semakin-glowing>
- Rahmah, N. A., & Pradana, M. (2022). The Influence of Brand Image and Product Price on Starbucks Coffe Purchase Decision (A Case Study of Starbucks Coffee Consumers in Bandung City). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 8(1), 79. <https://doi.org/10.22441/jimb.v8i1.13762>
- Rahmawati, I., & Tuti, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan the Koffee Jakarta. *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan the Koffee Jakarta*, 25(1), 6.
- Ri'aeni, I., Suci, M., Pertiwi, M., & Sugiarti, T. (2019). Pengaruh Budaya Korea (K-Pop) Terhadap Remaja di Kota Cirebon. In *Communications* (Vol. 1, Issue 1, pp. 1–26). <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/communications/article/view/9460/6798>
- Sawlani, D. . (2021). *Keputusan Pembelian Online : kualitas website, keamanan dan kepercayaan*. Scopindo Media pustaka.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2018). *Perilaku Konsumen* (Edisi 7.). Indeks.
- Sinambela, L. P. (2021). *Metodologi Penelitian Kuanitatif - Teori Dan Praktik*. Rajawali Pers.
- Soukotta, Z. A. (2023). *Kisah Richard Lee, Sukses Garap Bisnis Skincare dan Klinik Athena*. Ukmindonesia.Id. https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/kisah-richard-lee-sukses-garap-bisnis-skincare-dan-klinik-athena#google_vignette

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Cetakan ke). ALFABETA CV.
- Sujarweni, W. (2020). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*.
- Terry, G. R. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Andi.
- Trisliatanto, D, A. (2020). *Metodologi Penelitian Panduan Lengkap Penelitian dengan Mudah*. ANDI.
- Wang, F., & Hariandja, E. S. (2016). The Influence of Brand Ambassador on Brand Image and Consumer Purchasing Decision : A Case of Tous Les Jours in Indonesia. *How Innovation Could Improve the Performance and Productivity in Entrepreneurship*.
- Wardani, D. A., & Dewi, R. S. (2021). Pengaruh Brand Image, Word of Mouth, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Elektronik Sanken di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 1041–1048.
- Widana, I. W., & Muliani, P. L. (2020). *Uji Persyaratan Analisis*. Klik Media.