

DAFTAR PUSTAKA

- Adam Helmy Iskandar &, B. S. (2023). *Analysis Of The Influence Of Celebrity Endorsement, Brand Image And Price Perception On Purchase Intention (Study On Consumers Of Kahf Products (Personal Care For Man). Management Studies And Entrepreneurship Journal*, Vol 4, No 1, 1033-1039.
- Aditdya Bagus Saputra, C. S. (2024). *The Influence Of Brand Image And Brand Awareness On Purchase Decisions At Tokopedia Market Place On Kahf Skincare Products Among Gen Z. Management Studies And Entrepreneurship Journal*, Vol 5, No 2, 4221-4234.
- Alfiyah, M. T. (2023). Pengaruh Citra Merek, *Word Of Mouth* Dan Kualitas Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Garnier Micellar Cleansing Water. *Journal Of Organization And Business Management*, Vol 5, No 3, 167-175.
- Ali, K. (2020). Pengaruh Promosi Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Memilih Wedding Organizer. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol 11, No 24, 302-309.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (Edisi Revisi Ed.). Bandung: CV Alfabeta.
- Armstrong&Kotler. (2018). *Marketing Management* (14th Ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Atala Cindy Fatya, D. U. (2024). Pengaruh *Brand Image* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan. *Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, Vol. 2, No 1, 265-282.
- Cholil, A. M. (2020). *Brand Awareness Ideas*. Quadrant.
- Dessy, S. I., & Tenri Putri Djohar, Y. J. (2023). Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Natasha Skincare Jakarta Pusat. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 3, No 1, 28-31.
- Diana, F. T. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Ekowati, W. P. (2021). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, Vol 2, No 1, 50-57.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning Dan Staregy)*. Qiara Media.
- Fitrani, T. W. (2024). Pengaruh *Word Of Mouth*, Citra Merek, *E-Commerce*, Dan *Beauty Vlogger* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 21, No 1, 19-38.
- Fitri, A. (2023). Pengaruh Persepsi Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Joar. *Jurnal Saudagar Indonesia*, Vol 1, No 2, 79-86.
- Hakim, A. (2018). Industri Kosmetik Dan Manfaat Bagi Konsumen Di Indonesia. *Majoring In Chemistry Faculty Of Math And Science*.
- Hatmawan&Riyanto. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen (Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen Ed.). Sleman: Deepublish.

- Herdiana, Fitriadi & Arisman, A. (2022). Pengaruh *Word Of Mouth* Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, Vol 2, No 1, 134-138.
- Indri Puspita Indah, D. (2023). Segmentasi Responden Pengguna Produk Kahf Berdasarkan Karakternya Di Kalangan Mahasiswa Universitas Syiah Kuala. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, Vol 8, No 1, 248 - 253.
- Joeysiana, K. (2018). Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media *Online Shop Shopee* Di Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, Vol 4, No 1, 71-85.
- Jumiati Fernatubun, A. J. (2024). Pengaruh *Word Of Mouth* Dan *Celebrity Endorse* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Lightening Di Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, Vol 7, No 1, 155-165.
- Keller K.L. & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management Building*, (Fifth Edition). Pearson Education.
- Mahardika, A. F. (2018). Pengantar Manajeemen. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Maskan & Siswanto. (2020). Pengaruh *Brand Awareness* Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Vol 6, No 1, 93-96.
- Muhammad Mirzan, E. F. (2023). Pengaruh *Digital Marketing*, *Word Of Mouth* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare MS Glow* (Studi Kasus Pada Mahasiswa UNISMA Angkatan 2019). *E- Journal Riset Manajemen*, Vol 12, No 1, 1094-1102.
- Priansa, D. (2017). *Manajemen Pemasaran Dan Komunkasi Dalam Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Rahardjo, D. M. (2022). Pengaruh Pemasaran Produk *Personal Care* Pria Kahf Melalui Internal Dan External *Social Influencer* Terhadap Minat Pembelian Dengan *Brand Awareness* sebagai variabel *Intervening* di Kota Semarang. *Journal Of Management*, Vol 11, No 3, 1-15.
- Salsabila, H. H. (2024). Pengaruh *Brand Image* Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, Vol.2, No 4, 172-183.
- Salwa Zerina Rangkuti & S. M. (2023). Pengaruh *Brand Image*, *Word Of Mouth* Dan *Celebrity Endorser* Terhadap *Purchase Decision* Produk Skintific. *Jurnal Sosial Dan Manajemen*, Vol 4, No 2, 193-208.
- Schiffman L.G & Wisenbilt, J. (2019). *Consumer Behavior* (Global Edition Ed.). United Kingdom: Perason.
- Sudarmin. (2023). Pengaruh *Word Of Mouth* Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, Vol 21, No 3, 310-316.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar : Manajemen Pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sudarwanto & Winalda. (2022). Pengaruh *Word Of Mouth* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Bebek Sinjay Bangkalan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, Vol 10, No 1, 1573-1582.
- Sugiyono. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* . Bandung: CV. Alfabeta.

- Supomo, E. N. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Yrama Widya.
- Syarifuddin. (2019). *Citra Merek Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan*. Unimal Pres.
- Tanti Widya, D. (2024). Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare The Originote*. *Jurnal Sains Student Research*, Vol 2, No 4, 694-705.
- Tjiptono, A. D. (2019). *Pemasaran Esesi Dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wardhana, A. (2022). *Brand Marketing : The Art Of Branding*. In A. Sudirman (Ed). Media Sains Indonesia.
- Wulandari, L. M. (2024). Pengaruh *Brand Image*, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare Somethinc*. *Jurnal Nasional Manajemen Bisnis*, Vol 2, No 1, 406-411.
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Strategi*. Samarinda: Forum Pemuda Aswaja.