

## DAFTAR REFERENSI

- Amin AM, Yanti RF. Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic. *INVEST J Inov Bisnis dan Akunt.* 2021;2(1):1-14.
- Analisis Pengaruh Sikap, Subjective Norm dan Perceived Behavioral Control Terhadap Purchase Intention Pelanggan SOGO Department Store di Tunjungan Plaza Surabaya | Jaya Pratana | Jurnal Strategi Pemasaran. Accessed January 20, 2022. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1351>
- Andriani NF, Setiawan AH. Analisis preferensi konsumen terhadap penggunaan produk skincare korea selatan dan lokal. *Diponegoro J Econ.* 2020;9(4):1-8. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jme/article/view/29050>
- Angelina J, Dan JP, Japarianto E. Analisis Pengaruh Sikap, Subjective Norm dan Perceived Behavioral Control Terhadap Purchase Intention Pelanggan SOGO Department Store di Tunjungan Plaza Surabaya. *J Strateg Pemasar.* 2014;2(1):1-7. Accessed January 20, 2022. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1351>
- Angelina J, Dan JP, Japarianto E. Analisis Pengaruh Sikap, Subjective Norm dan Perceived Behavioral Control Terhadap Purchase Intention Pelanggan SOGO Department Store di Tunjungan Plaza Surabaya. *J Strateg Pemasar.* 2014;2(1):1-7.
- Arikunto, Suharsimi, 2012. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek.* Jakarta: Rineka Cipta.
- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan, 2015, *Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta: Liberty*
- Choirul Anam Fakultas Ekonomi M, Wahid Hasyim Ernawati Budi Astuti U. PENGARUH ATTITUDE TOWARD BEHAVIOR, SUBJECTIVE NORM, PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL PADA INTENTION WHISTLEBLOWING.
- Choirul Anam Fakultas Ekonomi M, Wahid Hasyim Ernawati Budi Astuti U. PENGARUH ATTITUDE TOWARD BEHAVIOR, SUBJECTIVE NORM, PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL PADA INTENTION WHISTLEBLOWING.
- Dharmmesta, Basu Swastha., Handoko, T, Hani (2013). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen, Edisi Pertama.* Yogyakarta: BPFE.
- Fadila, Dewi & Ridho, Sari Lestari Zainal. 2013. *Perilaku Konsumen.* Palembang: Penerbit Citrabooks Indonesia

- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2016, *Service, Quality & Saticfication* . Yogyakarta: Andi.
- Fandy, Tjiptono, Gregorius Chandra, Dadi Andriana, 2013. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : Andi
- Fauzia AZN, Sosianika A. Analisis Pengaruh Brand Image, Perceived Quality, dan Country of Origin Terhadap Minat Beli Produk Skincare Luar Negeri. *Pros Ind Res Work Natl Semin*. 2021;12:1068-1072.
- Ghozali, Imam, 2014. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanik Ulwiyati, 2013. *Pengaruh Layanan Jasa Pick Up Service Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Amanah Ummah Surabaya*, Skripsi-Surabaya
- Hasibuan, Malayu S.P. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Penerbit PT Bumi Aksara.
- Hasibuan, Malayu SP. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan keempatbelas, Jakarta ,Penerbit : Bumi Aksara.
- Industri Kosmetika Diproyeksi Tumbuh 7 Persen Tahun Ini - Ekonomi Bisnis.com. Accessed December 4, 2021. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210412/257/1379994/industri-kosmetika-diproyeksi-tumbuh-7-persen-tahun-ini>
- Kasmir, 2013. *Etika Customer Service*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, Ed. I, Cet.I
- Keller, Kevin Lane (2013).“*stretgic Brand Management (building, Measuring, and Managing Brand Equity)*”, Fourth Edition, New Jersey, Practice Hall.
- Kotler, dan Keller. 2012. *Menejemen Pemasaran*. Edisi 12.Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip, dan Gary Amstrong, 2014. Alih bahasakan Bob Sabran. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Lusia KA. Korea Selatan Masih Jadi Kiblat Kecantikan Wanita Indonesia. Accessed December 6, 2021. <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/08/20/173500420/korea-selatan-masih-jadi-kiblat-kecantikan-wanita-indonesia> chrome.
- Mahasiswa SP, Islam U, Sunan N, Surabaya A. *PENGARUH BRAND IMAGE , CELEBRITY ENDORSER , COUNTRY OF ORIGIN DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI PRODUK KECANTIKAN KOREA SKRIPSI Oleh: JENIA HANINDITA RAHMAWATI NIM: G03217021 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA PROGRAM STUDI MAN.*; 2021.

- Muhammad Adam, 2015. *Manajemen Jasa Teori dan Aplikasi*, Bandung: Alfabeta
- Ninik Srijani, 2017, "Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan di Aston Madiun Hotel & Conference Center, "*Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi 07*
- PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK "HONDA" DI KAWASAN SURABAYA BARAT | Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Accessed January 20, 2022. <https://ojs.petra.ac.id/ojsnew2/index.php/man/article/view/16790>
- PERCEIVED BEHAVIOR CONTROL NASABAH TERHADAP AUTOMATIC TELLER MACHINE (ATM) PADA LEMBAGA PERKREDITAN DESA (LPD) | Dharmayasa | JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha. Accessed January 16, 2022. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/S1ak/article/view/24658>
- Pratidana D. Hak cipta dan penggunaan kembali : Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah , memperbaiki , dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial , selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat ya. *J Exp Psychol Gen.* 2017;136(1):23-42. [http://kc.umh.ac.id/5548/1/BAB II.pdf](http://kc.umh.ac.id/5548/1/BAB%20II.pdf)
- Purwadarminto, 2012. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka
- Pusparisa Y. Produk skincare Korea Selatan jadi pilihan warga Asia. *Databoks.* Published online 2020:2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/02/produk-skincare-korea-selatan-jadi-pilihan-warga-asia>
- Putu I, Dharmayasa A. PERCEIVED BEHAVIOR CONTROL NASABAH TERHADAP AUTOMATIC TELLER MACHINE (ATM) PADA LEMBAGA PERKREDITAN DESA (LPD). *JIMAT (Jurnal Ilm Mhs Akuntansi) Undiksha.* 2020;11(1):217-226. doi:10.23887/JIMAT.V11I1.24658
- Putu I, Dharmayasa A. PERCEIVED BEHAVIOR CONTROL NASABAH TERHADAP AUTOMATIC TELLER MACHINE (ATM) PADA LEMBAGA PERKREDITAN DESA (LPD). *JIMAT (Jurnal Ilm Mhs Akuntansi) Undiksha.* 2020;11(1):217-226. doi:10.23887/JIMAT.V11I1.24658
- Rahmadani A, Anggarini Y. Pengaruh Korean Wave dan Brand Ambassador pada Pengambilan Keputusan Konsumen. *Telaah Bisnis.* 2017;18(1):19-32.
- Ratih Hurriyati 2014. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta.
- Razan I. 17 Produk Laneige Indonesia Terbaik dari Skincare sampai Makeup (Updated 2020) | BukaReview. Accessed December 6, 2021. <https://review.bukalapak.com/beauty/produk-laneige-terbaik-100024>

- Rekomendasi Produk Laneige yang Wajib Kamu Coba! ~ proud to be a mom. Accessed December 5, 2021. <https://www.primasariamirati.com/2019/05/7-rekomendasi-produk-laneige-yang-wajib-kamu-coba.html>
- Rizki K, Fakultas A, Dan E, et al. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Penggunaan Sistem Informasi Terkomputerisasi pada UKM (Pendekatan Theory of Planned Behavior). *J Akunt.* 2017;9(1):23-33. doi:10.28932/JAM.V9I1.489
- Robbins, Stephen P dan Timothy A Judge, 2014. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sagia A, Situmorang SH. Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera. *J Manaj dan Bisnis Indones.* 2018;5(2):286-298. doi:10.31843/jmbi.v5i2.168
- Santoso, Singgih, 2012, *Statistik Parametrik, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta : PT Gramedia
- Sihombing IK, Dewi IS. *Pemasaran Dan Manajemen Pasar*. 1st ed. (Yulianti T, ed.); 2019.
- Skincare adalah Perawatan untuk Kulit agar Tetap Sehat, Ketahui Langkahnya | merdeka.com. Accessed December 4, 2021. <https://www.merdeka.com/jateng/skincare-adalah-perawatan-untuk-kulit-agar-tetap-sehat-ketahui-langkahnya-klh.html>
- Studi P, Internasional H, Ilmu F, et al. *PENGARUH KOREAN WAVE TERHADAP MARAKNYA PRODUK DAN TREN KOSMETIK KOREA SELATAN (K-BEAUTY) DI INDONESIA PERIODE 2017-2020.*; 2021.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2017. Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta.
- Votina. 5 Brand Skincare Korea Paling Digilai di Indonesia, Ada Favoritmu? #PilihanKamu | LINE TODAY | LINE TODAY. Accessed December 6, 2021. <https://today.line.me/id/v2/article/3y5Wav>
- Wahyuni DU. PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK “HONDA” DI KAWASAN SURABAYA BARAT. *J Manaj dan Kewirausahaan*. 2008;10(1):30-37. doi:10.9744/JMK.10.1.PP
- Wisnubrata. Mengapa Kosmetik Korea Laku di Indonesia? Kompas.com. Published 2021. Accessed December 5, 2021. <https://lifestyle.kompas.com/read/2021/08/23/145025220/mengapa-kosmetik-korea-laku-di-indonesia?page=all>
- Yanthi AD, Hadi P, Astuti M. Peran Korea Wave, Lifestyle Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Innisfree. *Pros Biema*. 2020;1(1):179-195.