

## DAFTAR REFERENSI

- Abror, J. (2021, 26 November). *Catet, Nature Republic Aloe Vera 92% Soothing Gel Turun Harga*. Retrieved from: <https://eksposisinews.com/catet-nature-republic-aloe-vera-92-soothing-gel-turun-harga>. Accessed: 14 Oktober 2022
- Adiyanto. (2022, 10 September). *Industri Kosmetik Jasa Maklon Kian Dilirik*. Retrieved from: <https://mediaindonesia.com/weekend/521646/industri-kosmetik-meningkat-jasa-maklon-kian-dilirik>. Accessed: 12 Desember 2022
- Amin, A. M., & Yanti, R. F. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic. *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.55583/invest.v2i1.111>. ISSN: 2745-4616
- Ardianti, D. A., Aprileny, I., & Emarawati, J. A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Keragaman Produk, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ayam Tulang Lunak Hayam Wuruk Cabang Jakarta Selatan. *Ikra-Ith Ekonomika*, 3(3), 55–63.
- Devita, E. M., & Agustini, M. Y. D. H. (2019). Country of Origin and Brand Image on Purchase Decision of South Korean Cosmetic Etude House. *Journal of Management and Business Environment (JMBE)*, 1(1), 55–70. <https://doi.org/jmbe.v1i1.2115>. ISSN: 2685-5992
- Diniyah, & Herman. (2021). Pengaruh Country of Origin Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Korea Selatan Pada Remaja Di Sidoarjo. *Aplikasi Administrasi: Media Analisa Masalah Administrasi*, 143–151. <https://doi.org/10.30649/aamama.v24i2.128>. ISSN: 1411-4909
- Fauzi, R., & Sampurna, D. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor (Studi Kasus Pada Kosumen Sepeda Motor Yamaha Di Dealer Johar Baru Jakarta Pusat). *Repository STIE Indonesia*, 1–18. [http://repository.stei.ac.id/2727/1/21150000156\\_Artikel Inggris\\_2020..pdf](http://repository.stei.ac.id/2727/1/21150000156_Artikel%20Inggris_2020..pdf)
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2019). *Partial Least Square: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris* (2nd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.

- Kurniati, E. D. (2022). *Buku Diktat Metodologi Penelitian Bisnis*. Penerbit Lakeisha.
- Kurniawan, F., & Effendi, S. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Iklan Media Sosial Dan E-Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Pada Customer Bintang Motor Jaya Buaran). *Studi Kasus Pada Customer Bintang Motor Jaya Buaran*. <http://repository.STIE.ac.id/id/eprint/1585>
- Latief, F., & Ayustira, N. (2019). Pengaruh Online Costumer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla. *Jurnal Mirai Managemnt*, 4(2), 122–136. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>. ISSN: 2597-4084
- Muliyani, A. (2022). *Peningkatan Kinerja SDM Berbasis Motivasi dan Kompetensi*. Media Sains Indonesia.
- Musyaffi, A. M., Khairunnisa, H., & Respati, D. K. (2022). *Konsep Dasar Structural Equation Modelpartial Least Square (Sem-Pls) Menggunakan Smartpls*. Pascal Books.
- Prastiwi, N. E., & Rachmawati, I. (2022). The Effect Of Country Of Origin On Brand Image And Their Impact Toward Purchase Decision (Study On Laneige Skincare Consumer In Indonesia). *EProceedings of Management*, 9(2), 639–645. ISSN : 2355-9357
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 1–8. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>. ISSN: 2597-4726
- Putri, T. (2019, 06 Desember). *Masih Jadi Tren, Ini 3 Alasan Kosmetik Asal Korea Begitu Digemari*. Retrieved from: <https://lifestyle.okezone.com/read/2019/12/06/611/2138601/masih-jadi-trenini-3-alasan-kosmetik-asal-korea-begitu-digemari>. Accessed: 14 Oktober 2022
- Rahayu, D. S., & Sutedjo, B. (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. Retrieved from: <https://journal.stiesmkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/1904/1261>. E-ISSN: 2598-8301, ISSN: 2598-831X.
- Rahmani, P. I. (2019). Pengaruh Perilaku Konsumtif Dan Country of Origin Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Pada Wanita Bekerja Di Wilayah Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(2), 507–515. Retrieved from: <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/27663e> ISSN: 2549-192X
- Rasyid, R. A., & Karya, D. F. (2021). Peran Consumtive Lifestyle, Beauty Vlogger, Brand Image, Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Korea

- (Innisfree) Di Surabaya. *Media Mahardhika*, 19(2), 269–282.  
<https://doi.org/10.29062/mahardhika.v19i2.254>
- Rinaja, A. F., Udayana, I. B., & Maharani, B. D. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Word Of Mouth, And Price Consciousness Terhadap Minat Beli Di Shopee. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi, Dan Pelayan Publik*, 9(3).
- Riyanjaya, N. A., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Minat Beli Produk Wardah di Situs Belanja Online Shopee. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(5).  
<https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/elmal/article/view/1179/1062>
- Satryo, A. P. (2022). The Influence of Viral Marketing and Consumptive Behavior on Purchase Decisions for Camille Beauty Skincare Products ( Survey of Instagram Followers ). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(3), 1–13.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Penelitian* (30th ed.). Alfabeta.
- Susanti, F., & Saputra, D. (2022). Pengaruh Country Of Origin, Brand Image Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Nike Pada Siswa/I Smkn 1 Painan. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.46306/vls.v2i2.161>. ISSN: 2774-6437
- Syana, A. B. (2018, 30 Juli). Di Balik Kesuksesan Merek Kecantikan Korea. Retrieved from: <https://www.marketeers.com/di-balik-kesuksesan-merek-kecantikan-korea/>. Accessed: 28 Oktober 2022
- Trivena, J., & Erdiansyah, R. (2022). Pengaruh Online Consumer Reviews Pada Aplikasi Female Daily Network terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc. *Kiwari*, 1(3), 460–466.  
<https://doi.org/10.24912/ki.v1i3.15771>
- Wijayanto. (2020, 14 Januari). *Gaya Hidup Milenial Dongkrak Industri Kosmetik*. Retrieved from: <https://radarsurabaya.jawapos.com/ekonomi/14/01/2020/gaya-hidup-milenial-dongkrak-industri-kosmetik/>. Accessed: 28 Oktober 2022
- Yuliawan, B. A. P., & Subakti, G. E. (2022). Pengaruh Fenomena Korean Wave (K-Pop dan K-Drama) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam. *Jurnal Penelitian Keislaman*, 18(01), 35–48.
- Yusadella, I. F., & Krisnawati, A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Sekolah Menengah Atas Di Kota Bandung. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(6), 674–678. <http://www.e-jurnalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/view/245/210>