

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, H. A., & Martini, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Yamaha Mio Pada Dealer Jg Dawuan. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 5(2), 915-923.
- Afifah, U. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador*, Citra Merek, Efektivitas Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Scarlett Whitening X Song Joong Ki Exclusive Series (Studi Kasus Pada Warga Kelurahan Malaka Jaya Jakarta Timur).
- Alvina, M. (2020). Potensi Pasar Kosmetik di Indonesia. Diunduh pada tanggal 8 Februari 2023 dari <https://technobusiness.id/insight/spire-insights/2020/10/30/spire-insight-potensi-pasar-kosmetik-indonesia/>
- Astuti, M., MM, M., Matondang, N., Kom, S., & MM, M. T. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. Yogyakarta:Deepublish.
- Azwar, S. (2018). Metode penelitian psikologi. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.
- Cekindo.com. ((n.d.)). Layanan Registrasi Kosmetik dengan InCorp Indonesia. *Cekindo Business International*. Dilansir pada tanggal 10 Februari dari <https://www.cekindo.com/id/layanan/registrasi-kosmetik-indonesia>.
- Chasanah, U., & SP, D. B. G. (2023). Pengaruh *Brand Ambassador*, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Lemonilo. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 157-176. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v3i1.679>.
- Christoper, K.M. (2021). Pengaruh *Social Media Marketing* di Instagram @somethincofficial Terhadap Minat Beli Konsumen.
- Cinthia, C. (2021). Pengaruh Iklan dan *Brand ambassador* terhadap Keputusan Pembelian Skincare COSRX. *Jurnal Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta*.
- Compass. (2022). 10 Brand Skincare Terlaris di *Online Marketplace*. Dilansir pada tanggal 22 Februari 2023 dari <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>

- Daulay, A., & Andryani, D. (2021). Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh *Brand Image* (Survey Pada sabun Antiseptik Lifebuoy Di Kelurahan Gedung Johor).
- Destarini, F., & Prambudi, B. (2020). Pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen 212 mart condet batu ampar. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(1), 58-66.
- Edrin, F., & Fhatiyah, N. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Kasus Pada Event Free Photocard BTS Tokopedia). In *Proceeding Seminar Nasional Bisnis Seri IV*, 78-84.
- Erdalina, W. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Televisi terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Citra *Hand and Body Lotion* di Pariaman. *Menara ilmu*, 12(9).
<https://doi.org/10.33559/mi.v12i9.969>.
- Euromonitor International. (2023). *Skincare In Indonesia*. Diunduh dari <https://www.euromonitor.com/skin-care-in-indonesia/report>.
- Fatahillah, S. (2019). Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image*, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Eiger Adventure di Kota Makassar. *Jurnal Nobel Indonesia Institute*. Diunduh dari <http://hdl.handle.net/123456789/267>.
- Fauzana, S. (2020). Pengaruh *brand ambassador*, *brand image*, dan harga terhadap keputusan pembelian sampo sunsilk. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 1-14.
- Febiola, T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Bio Beauty Lab Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Palembang
- Ferdinand, A. (2006). Metode Penelitian Manajemen Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*.

Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69-72.

Habibah, H. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk, dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Korea di Banjarmasin.

Hair, J. e. (2014). *Multivariate Data Analysis, Seventh Edition*. USA: Pearson.

Istighfaroh, M. I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cair Feira White Shower Cream di Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*

Jumhodikromin, S. W., Hartelina, H., & Hawignyo, H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Land Rimaadeeva. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 2116-2124.

Juliana, K. I. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Dan Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (studi kasus pada konsumen e-commerce Shopee di Jakarta Pusat).

Khasanah, A., Hakimah, E. N., & Kurniawan, R. (2022). Analisis Kualitas Produk, Harga, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow. *Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 543-551.

Kolinug, M. S., Mananeke, L., & Tampenawas, J. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), 101-111.

Kotler, P. d. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran. edisi 12. jilid 1 terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.

Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & Gagah, E. (2018). Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di i cafe lina putra net bandungan. *Journal of Management*, 4(4).

- Kristian, G., Welsa, H., & Udayana, I. B. N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Trustworthiness Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(3), 509-520.
- Laucereno. (2019). Indonesia Jadi Pasar Terbesar Produk Skin Care Dunia. *Marketeers*. Diunduh dari <https://www.marketeers.com/indonesia-jadi-pasar-terbesar-produk-skin-care-dunia/>.
- Maiza, F., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2022). Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Nazurah Hijab Di Kubang Tungkek Kabupaten Lima Puluh Kota. *Matua Jurnal*, 4(2), 375-386.
- Manopo, C., Tampi, J. R., & Tumbel, T. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Kota Manado. *Productivity*, 2(6), 499-502.
- Maryati, M., & Khoiri, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1).
<https://doi.org/10.34308/eqien.v11i1.779>
- Maulida, A.N. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Falabelle Dalam Branding Di Instagram.
- Ngantung, C. V. (2021). Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador BTS Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Minat Beli Pelanggan Sebagai Variabel Intervening di Tokopedia.
- Ningsi, W. P. W., & Ekowati, S. (2021). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS Glow. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 2(1), 50-57.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Johannes, R., ... & Beribe, M. F. B. (2021). *Teori perilaku konsumen*. Penerbit NEM.
- Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1374.

- Onalisa, E. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Harga, Scarlett Whitening Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Remaja Pengguna Scarlett Whitening di Kota Sumenep).
- Paramitha, M. P. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Brand Awareness Terhadap Purchase Decision MS Glow di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 10(1).
- Prasetyono, A. S., Suyono, J., Artaya, I. P., & Faviandhi, Q. (2021). The Impact of Promotion and Price on Purchase Decision Consumers at Marketplace Shopee. *IJIEEB International Journal of Integrated Education, Engineering and Business*, 4(2), 79-86.
- Pratami, N. K. D., Triansari, N., Atidira, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada Pt Mertha Buana Motor Singaraja. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26187>.
- Probosini, D. A., Hidayat, N., & Yusuf, M. (2021). Pengaruh Promosi, Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Market Place X dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan-JBMK*, 2(2), 445-458.
- Purboyo, P., Hastutik, S., Kusuma, G. P. E., Sudirman, A., Sangadji, S. S., Wardhana, A., ... & Syamsuri, S. (2021). *Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual & Praktis)*. Center for Open Science.
- Putri, H. W. H. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Kecantikan Ms Glow Di Malang*.
- Rahmawati, R. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador, Website Quality, Dan E-Wom Terhadap Purchase Decision Pada E-Commerce Shopee (Studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen FEB-UMM Sebagai Konsumen Shopee)*.
- Ramadhan, D. G., & Aulia, P. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian (Pada Studi Kasus Arief Muhammad Sebagai Brand Ambassador) Erigo. *eProceedings of Management*, 9(4).

- Rangian, M. C., Wenas, R. S., & Lintong, D. C. A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Ms Glow Skincare Di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), 284-294.
- Rio, A. P. (2022). Pengaruh Iklan, Brand Ambassador Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Tokopedia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Rosyadi, A. (2021). Peran Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Melalui Brand Awareness. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Performa)*, 18(3), 20-31.
- Sasmita, Y. (2019). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Handphone Oppo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi). *Tijarah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(18).
- Shafa, P. M., & Hariyanto, J. (2020). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian dalam Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Bekasi). Diunduh dari <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/1540>.
- Shofiyana, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Youth & Islamic Economic*, 1(02), 9-13.
- Sociolla. (2023). Bio Beauty Lab. Diunduh dari https://www.sociolla.com/1161_bio-beauty-lab.
- Sugianto, R., & Ginting, S. O. (2020). Analisis pengaruh harga, kualitas produk, lokasi, fasilitas dan promosi terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan Medan Resort City. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 10(1), 1-12. <https://doi.org/10.55601/jwem.v10i1.666>.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Widyawati, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Wardah.
- Yasmine, F. A. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian melalui Brand Image Saat Pandemi Covid-19. 2(1).

Yuliani, M. P., Suarmanayasa, I.N. (2021). *Pengaruh Harga dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Tokopedia. Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(2).

<https://doi.org/10.23887/pjmb.v3i2.31539>

Yuliwati, D. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Lemonilo di Kecamatan Bekasi Utara).

Yuniar, A. D., Rahmanto, I., Martha, L. P., Saputra, M., Hasna, S., Nuryani, A. F., ... & Anzari, P. P. (2021). *Book Chapter Literasi Digital: Tren, Tantangan dan Peluang*. Cipta Media Nusantara.

Yusuf, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecap Manis Cap Nasional..

