

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardini, S. F., Lubis, N. W., Sherlinda, A., Tofano, D. F. A. 2024. PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA NURZA BROWNIES. *Islamic Economics & Financial Journal*, vol 3(3), 1151-1160. Diakses dari <https://journal.ikadi.or.id/index.php/assyirkah/article/view/244/223>
- Citra, D. A., Oktaviani, F. 2022. PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINCARE EVERWHITE DI KOTA BANDUNG. *Jurnal e-Proceeding of Management*, vol 9(3), 1491-1495.
- Clarita, N., Khalid, J. 2023. PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CFC GRANDE KARAWACI. *Jurnal Manajemen*, vol 2 (1), 37-53. Diakses dari <https://journal.unwira.ac.id/index.php/aksioma/en/article/view/2081/641>.
- Cmlabs.co. 2024. *Brand Ambassador: Definisi, Jenis, Tugas, Gaji & Jenjang Karir*. Diakses pada 4 Mei 2024 dari <https://cmlabs.co/id-id/seo-guidelines/brand-ambassador-adalah#:~:text=Kolaborasi%20ini%20biasanya%20dilakukan%20dengan%20produksi%20konten..periode%20tertentu%20berdasarkan%20kesepakatan%20kedua%20belah%20pihak>.
- Compas.co.id. 2023. *Influencer Marketing: Belajar dari Studi Kasus 3 Brand Beauty and Care Ini*. Diakses pada 15 Agustus 2025 dari <https://compas.co.id/article/influencer-marketing/>.
- Compas.co.id. 2023. *Top 7 Brand Paket Kecantikan Lokal di Shopee & Tokopedia*. Diakses pada 15 Agustus 2025 dari <https://www.instagram.com/p/CvemwOmSMCw/>.

Communication.binus.ac.id. 1 Februari 2021. *Perbandingan Produk Skincare Lokal Dengan Luar Negeri*. Diakses pada 21 Maret 2024 dari <https://communication.binus.ac.id/2021/02/01/perbandingan-produk-skincare-lokal-dengan-luar-negeri/> .

Data.goodstats.id. 6 Juni 2024. *Benarkah Harga Paling Berpengaruh dalam Keputusan Pembelian Skincare?*. Diakses pada 26 Agustus 2025 dari <https://data.goodstats.id/statistic/benarkah-harga-paling-berpengaruh-dalam-keputusan-pembelian-skincare-yXnE0>.

Dinisari, M. C. 19 Januari 2022. *Jessica Lin, Co Founder Skin Care Whitelab yang Sukses Raih Beragam Penghargaan*. Diakses pada 8 Maret 2024 dari <https://m.bisnis.com/amp/read/20220119/265/1490780/jessica-lin-co-founder-skin-care-whitelab-yang-sukses-raih-beragam-penghargaan>.

Ghozali.I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi Sembilan. Penerbit Universitas Diponegoro.

Glints.com. 14 November 2023. *Skincare: Definisi, Jenis-Jenis, Hingga Urutan Pakai*. Diakses pada 8 Maret 2024 dari <https://glints.com/id/lowongan/skincare-adalah/> .

Glowtopia.id. 26 Desember 2022. *Hat-Trick! Whitelab 3 Kali Berturut-turut Juarai Beauty Award Kategori Best Face Mask*. Diakses pada 10 Desember 2024 dari <https://glowtopia.id/blog/hattrickwhitelab3kaliberturuturutjuaribeautyawardkategoribestfacemask/>.

Kotler. P., Armstrong. G. 2018. *Principles of Marketing*. Edisi Tujuh Belas e. Pearson Education Limited.

Mpmbeauty.co.id 27 Februari 2024. *Pentingnya Skincare Untuk Kesehatan Kulit Kini dan Nanti*. Diakses pada 15 Agustus 2025 dari <https://mpmbeauty.co.id/pentingnya-skincare/> .

Nurfajrina, A. 5 Februari 2024. *Mengenal Rumus Lemeshow dan Cara Menghitung Sampelnya*. Diakses pada 22 Oktober 2024 dari <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-7176509/mengenal-rumus-lemeshow-dan-cara-menghitung-sampelnya> .

Octaviani, S. 2024. ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK) MEREK BOLESA DI KECAMATAN BUKIT INTAN. *Jurnal Progresip Manajemen Bisnis (JPMB)*, vol 11(2), 1-7. Diakses dari <https://www.e-jurnal.stie-ibek.ac.id/index.php/JIPMB/article/view/400/354>

Oktavia, E. B., Fatimah, F., Puspitadewi, I. 2022. PENGARUH HARGA, *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK *SCARLETT WHITENING* INDONESIA DI TOKOPEDIA. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis GROWTH*, vol 20(2), 361-375. Diakses dari <https://unars.ac.id/ojs/index.php/growth-journal/article/view/2108/1376> .

Penerbitdeepublish.com. 19 April 2022. *Definisi Operasional: Ciri, Contoh, Cara Menyusunnya*. Diakses pada 4 Juni 2024 dari <https://penerbitdeepublish.com/definisi-operasional/> .

Purwati, A., Cahyanti, M. M. 2022. PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT BELI YANG BERDAMPAK PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, vol 11(1), 32-46. Diakses dari <https://ejournal.isnjbengkalis.ac.id/index.php/iqtishaduna/article/view/526/299>

Saputri, S. A., Novitaningtyas, I. 2022. ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *REVIEW BEAUTY VLOGGER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KOSMETIK. *Jurnal*

*Among Makarti*, vol 15(1), 65-76. Diakses dari

<https://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/view/243/237>

Setyanti, A. 2023. *PENGARUH BRAND AMBASSADOR, KUALITAS PRODUK DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH COMMUNICATION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SEDAAP KOREAN SPICY CHICKEN PADA GENERASI Z DI KABUPATEN KLATEN* (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said: Surakarta). Diakses dari [http://eprints.iain-surakarta.ac.id/6183/1/SKRIPSI%20FINAL\\_APRILIYA%20SETYANTI\\_195211254.pdf](http://eprints.iain-surakarta.ac.id/6183/1/SKRIPSI%20FINAL_APRILIYA%20SETYANTI_195211254.pdf) .

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Edisi Kedua. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sulistiyawati, B. S., Istiqomah, F. N., Mustofa, H., Diski, K. M., Melati, N. V. S., dan Rahadhini, M. D. 2023. *PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN: STUDI KASUS KONSUMEN WARDAH COSMETICS SURAKARTA*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, vol 6(2), 770-778. Diakses dari <https://ejournal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/view/19821/7402>

Tua, G. V. M., Andri,. & Andariyani, I. M. 2022. *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MESIN POMPA AIR SUBMERSIBLE DAB DECKER DI CV. CITRA NAULI LECTRICSINDO PEKANBARU*. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, vol 1(4), 140-154. Diakses dari <https://journal.admi.or.id/index.php/JUKIM/article/view/266/307> .

Uma.ac.id. 20 September 2023. *Mengetahui Pengertian Dari Analisis Data*. Diakses pada 5 Juni 2024 dari <https://uma.ac.id/berita/mengetahui-pengertian-dari-analisis-data> .

Ummat, R., Hayuningtias, K. A. 2022. PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND AMBASSADOR DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN NATURE REPUBLIC. *Jurnal Imiah Akuntansi Dan Keuangan*, vol 4(6), 2279-2291. Diakses dari <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/view/1093/1081> .

Wahyudianto, M. Z. 2020. PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI BUTUHBAJU.COM. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, vol 5(4) 311-319.

Yasmine, D. A. 2023. *PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING* (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pakuan: Bogor). Diakses dari <https://eprints.unpak.ac.id/7238/1/2023%20Dhavya%20Azhaar%20Yasmine%20021119277.pdf> .

Yusiana, R., Maulida, R. 2015. PENGARUH GITA GUTAWA SEBAGAI BRAND AMBASSADOR PON'S DALAM MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA MAHASISWI UNIVERSITAS TELKOM JURUSAN D3 MANAJEMEN PEMASARAN). *Jurnal Ecodemica*, vol 3(1) 311-316. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/483423-none-e12cbf7e.pdf> .

<https://shopee.co.id/whitelab?entryPoint=ShopBySearch&searchKeyword=whitelab>