

Daftar Pustaka

- Adianti, S. N., & Ayuningrum, F. (2023). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Alfatih Global Mulia*, 45-56.
- Ahsan, A. F., & Lukmandono. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Produk Anita Family Bakery Sumenep. *SENASTITAN (Seminar Nasional Teknologi Industri Berkelanjutan)*, 36-42.
- Amim, 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 Akutansi*, 1-14.
- Aryanti, A. S., & Suyanto, A. (2019). Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Pada Kepuasan Pelanggan Klinik Kecantikan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *e-Proceeding of Management*, 131-138.
- Aurellia, D., & Sidharta, H. (2023). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Skincare Lokal. *PEFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 93-101.
- Dachi, A. (2020). Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 120-129.
- Damayanti, I. A., Anggarisa, P. Y., & Raissa, S. S. (2023). Pengaruh Korean Wave Terhadap Penggunaan Korean Brand Ambassador Pada Brand Skincare Indonesia Dan Bagaimana Pengaruhnya Terhadap Presepsi Kualitas Merek, Sikap Merek Dan Niat Beli. *Jrnal Darma Agung*, 294-301.
- Delvi, & Imbar, R. V. (2023). Analisis Korean Brand Ambassador Sehubungan dengan Brand Image Terhadap Purchase Decision Pada Brand Perawatan Kulit Whitelab. *Jurnal Strategi*, 7-16.
- Dendeng, E. V., Elitan, L., & Handayani, Y. I. (2023). Pengaruh Brand Image dan Product Quality Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Trust Pada Produk Face Wash Merek Wardah di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 17-26.

- Edrin, F., & Fhatiyah, N. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen (Kasus Pada Event Free Photocard BTS Tokopedia). *Proceeding seminar nasional bisnis*, 78-84.
- Fadila, D., Wahab, Z., Isnurhadi, & Widiyanti, M. (2021). The Effect of Brand Image, Brand Ambassador, and Product Quality on The Purchase Decision of Mustika Ratu Products (Study on Sriwijaya University Students). *International journal of social sciences*, 4(1), 182-189.
- Fasha, F. A., Robi, M. R., & Windhasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *JMPIS: Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 30-42.
- Fatmasari, K., & Indriyanti, L. (2020). Intervensi Keputusan Pembelian Terkait dengan Harga dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 1115-1130.
- Fatwa, N. S., & Chaniago, H. (2022). Digital Atmosphere dan Loyalitas Konsumen: Bukti dari Kota Santri. *Jurnal akutansi, ekonomi dan manajemen bisnis*, 121-133.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: AGFBOOKS.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Pasuruhan: Qiara Media.
- Fristiana, D. A. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 118-127.
- Ganyang, M. T. (2019). Loyalitas Pelanggan Melalui Citra Merek dan Kualitas Produk. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 4, 781-790.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, M. D. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Promosi di Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Beauty Produk Skincare Benings di Kota Surabaya. *EKONIKA : jurnal ekonomi universitas kediri*, 335-350.
- Haryono, S., & Wardoyo, P. (2013). *Structural Equation Modeling Untuk Penelitian Manajemen Menggunakan AMOS*. Bekasi: PT IPU.
- Hasan, A. (2015). *Marketing*. Jakarta: Medpress.

- Huda, N. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha Di Makasar. *Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi, Dan Bisnis Islam*, 37-43.
- Indrasari, M., Hapsari, I. N., & Sukesu. (2019). Customer Loyalty: Effects of Sales Information System, Marcomm, and Brand Ambassador. *Jurnal Studi Komunikasi*, 182-198.
- Ismanto, J. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Tangerang Selatan: Selemba Empat.
- Julia, R., Cahyani, A., & Haro, J. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett. *Konferensi nasional sosial dan engineering politeknik negeri medan*, 33-41.
- Kartini, L., Wibowo, E. W., & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Berdampak Loyalitas Dalam Berbelanja Online Pada Shoppe. *Jurnal Lentera Bisnis*, 51-66.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Marketing Management. Edisi 15*. Pearson Education Limited 2016.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran. Edisi keempat*. Jakarta: Airlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework For Marketing Management, Sixth Edition, Global Edition*. England: Preason.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: PANDIVA BUKU.
- Laila, N., & Fitriyah, Z. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Terhadap Loyalitas Konsumen Skincare Ms Glow di Surabaya. *SEIKO : journal of management & business*, 453-464.
- Lawu, S. H., Andriani, R., & Febriana, R. (2021). Dampak Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal administrasi kantor*, 183-192.
- liputan6.com. (2020, Juni 10). *Skincare Dengan Kandungan Niacinamide Yang Dipakai Para Beauty Influencer*. Diambil kembali dari Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4270223/skincare-dengan-kandungan-niacinamide-yang-dipakai-para-beauty-influencer>
- Lisnawati, Ramdan, A. M., & Diky, J. (2022). Analysis of Brand Image and Online Consumer Reviewson Consumer Loyalty. *jurnal ekonomi manajemen dan bisnis*, 22(1), 9-15.

- Mangkunegara, A. A. (2019). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Reflika Aditama.
- Maulana, I. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Focallure Eyeshadow Pallate Berdampak Pada Loyalitas Konsumen Di Lingkup Para Seniman. *steimahardhika*, 1-9.
- Maulidia, C. N., & Kamila, A. D. (2021). Pengaruh K-Pop Brand Ambassador Terhadap Loyalitas Konsumen. *KINESIK*, 137-145.
- Morissan. (2017). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- Nayami, & Maisyura. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Malikussaleh. *NEGOTIUM: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 95-114.
- Nayumi, S., & Sitinjak, T. J. (2022). Pengaruh Country Of Origin Image, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Innisfree Di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara. *Relawan Jurnal Indonesia*, 136-146.
- Ningrum, A. I. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Konsumen. *AQLI: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah*, 49-58.
- Nurmawati. (2018). *Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian*. Malang: Media Nusa Creative.
- Nursyamsi, A. (2022, Februari 12). *Sehun EXO Jadi Brand Ambassador Skincare Lokal Whitelab*. Diambil kembali dari <https://www.tribunnews.com/lifestyle/2022/02/12/sehun-exo-jadi-brand-ambassador-skincare-lokal-whitelab>
- Osak, D. J., & Pasharibu, Y. (2020). Pengaruh Brand Ambassador dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Mediasi Brand Awareness. *E-jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 357-380.
- Paludi, S., & Nurchorimah, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Intervening. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 144-160.
- Pandiangan, K., Masiyono, & Atmogo, Y. D. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi brand equity: brand trust, brand image, perceived quality, & brand loyalty. *JIMT: Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 471-484.
- Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus*. (2022).

- Pratama, C. A., & Rakhman, A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Kepuasan Pelanggan dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Acne Care Scarlett Whitening di Kelapa Gading, Jakarta Utara. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 621-628.
- Pratiwi, A. A., & Sullistyowati, R. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Consumer Preference terhadap Keputusan Pembelian Skincare Whitelab (Studi pada Mahasiswa). *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 5(9), 3298-3304.
- Pratiwi, R. D. (2022, May Minggu). *Rekomendasi Skincare Whitelab Terbaik dari Serrum Hingga Eye Cream*. Diambil kembali dari sehatq.com: <https://www.sehatq.com/review/produk-skincare-whitelab>
- Purnamapardi, M. S., & Indarwati, T. A. (2022). Pengaruh Product Quality Dan Brand Image Terhadap Repurchase Intention Produk Kosmetik Halal Di E-Commerce. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 136-147.
- Putri, I. E., & Afriyeni. (2023). Pengaruh Dimensi Brand Equity dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Kosmetik Merek Make Over Di Kota Padang. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Akutansi*, 72-100.
- Putri, W., & Harti. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Produk Scarlett. *DIMENSI*, 346-363.
- Rahmadani, A., & Anggraini, Y. (2021). Pengaruh Korean Wave dan Brand Ambassador Pada Pengambilan Keputusan Konsumen. *Telaah bisnis*, 59-72.
- Rahmayanti, C., Lubis, P. H., & Utami, S. (2019). Determinate of Purchasing Decision and Loyalty of The Consumer of Wardah Cosmetic Products in Banda Aceh. *Journal of bussines management and economic review*, 2(06), 1-17.
- Raranta, A. A., Worang, F. G., & Ogi, I. W. (2021). Analisis Faktor-Faktor Ekuitas Merek Mobil Agya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toyota Agya Club di Manado. *Jurnal EMBA*, 964-973.
- Royan, F. M. (2016). *Marketing Celebrities*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Rubedanto, P. (2022, Novemeber Selasa). *Deretan Fakta Whitelab, Perusahaan Skincare yang Diserbu Para Penggemar K-Pop*. Diambil kembali dari akurat.co: <https://www.akurat.co/ekonomi/1302391494/Deretan-Fakta-Whitelab-Perusahaan-Skincare-yang-Diserbu-Para-Penggemar-KPop>
- Sadikin, A., Misra, I., & Hudin, M. S. (2020). *Pengantar manajemen dan Bisnis*. Yogyakarta: K-Media.

- Safika, E., & Raflah, W. J. (2021). The Influence of Brand Image, Brand Ambassador and Price on Purchasing Decisions for Scarlett Whitening. *Jurnal Inovasi Bisnis*, 1, 8-13.
- Sari, D. I., & Hasyim. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Kualitas Pelayanan Melalui Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi Shoppe. *Jurnal mahasiswa manajemen dan akutansi*, 06-20.
- Sari, D. I., & Hasyim. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Kualitas Pelayanan Melalui Keputusan Pembelian Terhadap Lyalitas Konsumen Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akutansi*, 6-20.
- Septyadi, M. A., Salamah, M., & Nujyatillah, S. (2022). Literature review keputusan pembelian dan minat beli konsumen pada smartphone: harga dan promosi. *JMPIS: Jurnnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 301-313.
- Sudaryana, B., & Agusiandy, H. R. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Seleman, Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumaryono, R., & Pratiwi, V. S. (2020). Pengaruh Tester dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Loyalitas Konsumen Pada Produk Wardah.
- Susilawati, A. D., Hanfan, A., & Anugrah, F. H. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, Word of Mouth dan Testimony in Social Media Terhadap Keputusan Pembelian. *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 35-43.
- Tjiptono , F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Andi.
- Tranggono, D., Nidita, A., & Juwito, P. (2020). Pengaruh Terpaan Iklan Nacific di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nacific Pada Followers Akun @nacificofficial.id. *urnal Ilmu Komunikasi*, 141-155.
- Wakika, C., & Marlana, N. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek dan Asosiasi Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 290-296.

- Wardhana, C. A. (2022). *Brand Marketing: The Art Of Branding*. Bandung, Jawa Barat: CV. Media Sains Indonesia.
- Wijaya, R., & Winduwati, S. (2022). Peran brand ambassador Arya Salokadan Amanda Manopo dalam membangun brand awareness. *Kiwari*, 164-170.
- Yanthi, A. D., Hadi, P., & Astuti, M. (2020). Peran Korean Wave, Lifestyle Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Innisfree. *PROSIDING BIEMA*, 179-195.
- Yunaida, E. (2019). Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal manajemen dan keuangan*, 798-807.
- Yuwansa, V., Udayana, I. B., & Cahya, A. D. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Iklan Media Sosial Melalui Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Konsumen Tokopedia. *Reslaj: Religion Education Social Lea Roiba Journal*, 2920-2939.
- Zahroniya, S., Arief, M. Y., & Praja, Y. (2022). Pengaruh Iklan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Wardah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo). *Prosiding Nasional*, 262-270.