

## DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, E. R., & Simamora, V. (2022). Pengaruh Influencer, Harga Dan Kualitas Produk Skincare Scarlett Whitening Terhadap Keputusan Pembeli Generasi Z, Dki Jakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1293–1308. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2547>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Arista, K. C., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh Label Halal, Harga dan Song Joong Ki Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 9(4).
- Babin, J. Barry, Yong-Ki Lee, Eun-Ju Kim, Mitch Griffin. Modelling Consumer satisfaction and word-of-mouth: restaurant patronage in Korea. *Journal of Service Marketing*, 19, 133-139. 2014.
- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604-603. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Edisi Kelima, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS”*. Edisi. Sembilan. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing Dari Mulut Ke Mulut*. Yogyakarta: Media Press.
- Hoiriyah, Y. U., & Chrismardani, Y. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Halal, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow (Studi Pada Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 1(2), 115–120. <https://doi.org/10.21107/jkim.v1i2.11590>
- Kaakinen. (2020). Variabel dan skala pengukuran statistik. *Jurnal Pengukuran Statistik*, 1(1), 1–8.

- Kadek Dwi Payani, & Dewiati Sujadi. (2021). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms-Glow Yang Dimediasi Word of Mouth Di Kabupaten Gianyar. *Journal Research of Management*, 3(1), 46–56. <https://doi.org/10.51713/jarma.v3i1.59>
- Kementerian Perindustrian. (2016). *Kosmetik Jadi Industri Strategis*. <https://kemenperin.go.id/artikel/15469/Kosmetik-Jadi-Industri-Strategis>
- Kicky Camallya Arista, & Khusnul Fikriyah. (2022). Pengaruh Label Halal, Harga dan Song Joong Ki Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 9(4), 453–466. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20224pp453-466>
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane 2016. *Marketing Management* 15th Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principle Of Marketing (17th ed.)*. Pearson Prentice Hall.
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604-630.
- Lupiyoadi. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Salemba Empat: Jakarta.
- Mahendrayasa, dkk. 2014. Pengaruh WOM Terhadap Minat Beli Serta Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 12, hlm 2.
- Melinda, V., Artina, N., & Lestari, R. B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Brand Ambassador, Dan Word Of Mouth (Wom) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Skincare Nature Republic Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 111-121.
- NATALINA, R. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Word of Mouth Terhadap Purchase Decision. 4(2), 193–208. <http://repository.unj.ac.id/38262>
- 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. [www.jurnal.imsi.or.id](http://www.jurnal.imsi.or.id)
- Nurmalasari, D., & Istiyanto, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk , Harga Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Merek Wardah di Kota Surakarta The Influence of Product Quality , Promotion Price and

Brand Image on Purchasing Decisions of Wardah Brand Lipstick in the City of. *Jurnal Sinar Manajemen*, 08(1), 42–49.

- Purwanto, N. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 6115, 196–215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>
- Rahayu, T. S. M., & Resti, H. (2023). Pengaruh Label Halal, Promosi Di Media Sosial, Dan Word of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow Di Cilacap. Derivatif: *Jurnal Manajemen*, 17(1), 64–76.
- Rosita, Lutfi. 2020. “Analisis Pengaruh Label Halal , Word of Mouth , Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening ( Studi Pada Mahasiswa Iain Salatiga ).” *Ekonomi Dan Bisnis Islam*.
- Sinaga, R. P. Y. B., & Hutapea, J. Y. (2022). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Review Product Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Wardah pada Mahasiswa Unai. *Jurnal Intelektiva*, 3(8), 12–25.
- Sriyanto, A., & Utami, D. A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dadone Di Jakarta. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 5(2), 163-175.
- Sugiono. (2010). *Metode Penelitian Tindakan Kelas Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumardy. (2011). *The Power of Word of mouth Marketing*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Sutisna. (2013). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Swastha, B., & Irawan, T. 2018. *Marketing Management Consumer Behavior Analysis 4th Edition*. Yogyakarta: BPF.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, edisi kedua. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

TOP Brand Award. (2024). *5 TOP Brand Skincare 2024*.  
[https://www.topbrandaward.com/komparasi\\_brand/bandingkan?id\\_award=1&id\\_kategori=1&id\\_subkategori=809](https://www.topbrandaward.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=1&id_subkategori=809)

Yuswohady. 2015. *Marketing to the Middle Class Muslim- Kenali Perubahannya, Pahami Perilakunya, Petakan Strateginya*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.

