

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ahmadi. 2023. *Penggunaan Skincare Melejit: Cantik di Tengah Bahaya Lingkungan*, dalam <https://envira-id.cdn.ampproject.org.>, diakses 12 September 2023.
- Ajnya, I Gusti Ayu Agung Mitha Saritha Dian. dkk. 2023. *Brand Ambassador, Citra Merek, dan Niat Beli: Konsep dan Aplikasi*. Jawa Tengah: Media Pustaka Indo.
- Alfatiha, Raja Ainaya. “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Du Café semarang)”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 9, No. 4: 522, dalam <https://ejournal3.undip.ac.id>, diakses 10 Desember 2023.
- Alus, Gillen Prayoga. dkk. 2022. “Pengaruh Waseda Boys sebagai *Brand Ambassador* dan Perilaku Konsumtif terhadap Minat Beli Produk Menantea di Kota Manado”, *Jurnal EMBA*, Vol. 10 (4): 1881-1890, dalam <https://ejournal.unsrat.ac.id>, diakses 10 Mei 2023.
- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Andriana, Nadya Calista. “Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening”, dalam <https://ejournal3.undip.ac.id>, diakses 10 Desember 2023.
- Arfah, Yenni. 2022. *Keputusan Pembelian Produk*. Padangsidempuan: PT Inova Pratama Internasional.
- Anwar, Iful. “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, (Online), Vol. 4, No. 12: 3, dalam <http://jurnalmahasiswa.stiesa.ac.id>, diakses 10 Desember 2023.
- Astiti, Ni Made Ayu Gemuh Rasa. Dkk. 2023. *Pentingnya Kemasan dalam Pemasaran Produk*. Surabaya: Scopindo.
- Astuti, Miguna dan Agni Rizkita Amanda. 2020. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Atmini, Luh Pani dan I Nyoman Sujana. 2023. “Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Word Of Mouth* terhadap *Brand Awareness* Produk Ms. Glow di Kota

- Singaraja”, *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol. 11, No. 1, dalam <https://ejournal.undiksha.ac.id>, diakses 13 Oktober 2023.
- Ayumi, Baariq. “Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen *Hypermart Paragon Semarang*)”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 10, No. 2: 1170, dalam <https://ejournal3.undip.ac.id>, diakses 10 Desember 2023.
- Azizah, Siti Nur. 2021. *Politik Hukum Produk Halal di Indonesia*. Surabaya: CV Jakad Media Publishing.
- Bancin, John Budiman. 2019. *Citra Merek dan Word of Mouth (Peranannya dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Budiono, Aris. 2020. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Keputusan Pembelian”, *Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, Vol. 17, No. 2, dalam <https://journal.uniku.ac.id>, diakses 18 Oktober 2023.
- Chasanah, Uswatun. “Pengaruh JKT48 dan BCL sebagai *Brand Ambassador dan Brand Image Xiaomi* terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening di Yogyakarta”, *CIASTECH*, dalam <http://publishing-widyagama.ac.id>, diakses 10 Desember 2023.
- Damayanti, Ririn. 2021. “Pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap Minat Beli dengan *Electronic Word of Mouth* sebagai Variabel Intervening pada Produk Skincare Emina”, *Jurnal Mitra Manajemen*, Vol. 5, No. 6: 390-398, dalam <https://www.e-jurnalmitramanajemen.com>, diakses 10 Desember 2023.
- Dinny, Dyah Ayu Sekar dan Sugeng Purwanto. 2022. “Pengaruh *Brand Ambassador* dan Perilaku Konsumtif Fans NCT Dream terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo”, *Jurnal Manajemen dan Sains*, Vol. 7 (2): 762, dalam <http://jmas.unbari.ac.id>, diakses 17 Maret 2023.
- Dewi, Retry Nanda Tiara. 2019. “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* melalui Minat Beli sebagai Variabel ”, *Ejournal Administrasi Bisnis*, Vol. 7, No. 4: 409-423, dalam <https://core.ac.uk>, diakses 20 Oktober 2023.
- Fariska, Nur dan Ita. 2022. “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan *Celebrity Endorse* terhadap Minat Beli”, *Jurnal e-jurnal Riset Manajemen*, Vol. 11. No. 5, dalam <https://e-jurnal.ipmunsera.org>, diakses 3 September 2023.
- Fijratullah, Thoriq Septian. dkk. 2023. “Pengaruh Harga *Skincare* terhadap Keputusan Pembelian secara Online di Lingkungan Mahasiswi Universitas

- Negeri Surabaya”, *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, Vol. 11 (1): 36, dalam <https://ejournal.unesa.ac.id>, diakses 16 September 2023.
- Fitri, Nurul. N. Rachma dan Andi Normaladewi. 2023. “Pengaruh *Brand Ambassador*, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Konsumen pada *Skincare Whitelab*”, *Jurnal Riset Manajemen*, Vol. 12 (2): 900, dalam <https://jim.unisma.ac.id>, diakses 16 September 2023.
- Gunarsih, Cindy Magdalena. 2021. “Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang”, *Journal Productivity*, Vol. 2, No. 1: 69-72, dalam <https://ejournal.unsrat.ac.id>, diakses 10 Desember 2023.
- Hartono, Anang dan Wahyono. 2015. “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening”, *Management Analysis Journal*, Vol. 4, No. 2: 153-162, dalam <https://journal.unnes.ac.id>, diakses 10 Desember 2023.
- Hengestu, Nelsen dan Donant Alananto Iskandar. 2017. “Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Air Minum dalam Kemasan”, *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, Vol. 2, No. 3: 363-372, dalam <https://core.ac.uk>, diakses 20 Oktober 2023.
- Hilmawan, Ipan. 2019. “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Sepeda Motor Vario di Kota Serang)”, *Jurnal Elektronik*, Vol. 3, No. 2, dalam <http://ojs.jurnalrekaman.com>, diakses 20 Oktober 2023.
- Humainora. 2022. *Sabet 5 Penghargaan di 2021, Whitelab Siap Terus Berinovasi*, dalam <https://m.mediaindonesia>, diakses 19 Maret 2023.
- Ilmi, Sofia. Supawi Pawenang, dan Fothri Setya Marwati. “Pengaruh Choi Siwon sebagai *Brand Ambassador*, *Brand Image* (Citra Merek) dan Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian Mie Korean *Spicy Chicken*”, *Jurnal Edunomika*, Vol. 4, No. 1: 103-111, dalam <https://scholar.archive.org>, diakses 10 Oktober 2023.
- Ilyas, Musyfiqah. 2017. “Sertifikasi dan Labelisasi Produk Halal Perspektif Maslahat”, *Jurnal Al-Qadau*, Vol. 4, No. 2: 2, dalam <https://journal3.uin-alauddin.ac.id>, diakses 20 Oktober 2023.
- Indonesia, Kementerian Agama Republik. *Al-Qur'an Terjemah Per Kata Asbabun Nuzul dan tafsir Bil Hadist*. Bandung: Nur Alam Semesta. Q.S Al-Baqarah (2) ayat 168.

- Indrasari, Meithina. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irawan, Handi. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Jusuf, Dewi Indriani. 2018. *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. Yogyakarta: Anggota IKAPI.
- Kamalina, Annasa Rizki. 2022. *Whitelab Ganden Sehun EXO jadi Brand Ambassador*, dalam <https://m-bisnis-com.cdn.ampproject.org>, diakses 23 November 2023.
- Kodrat, David Sukandi. 2020. *Manajemen Merek dan Strategi E-Commerce: Pendekatan Praktis*. Jakarta: Kencana.
- Kojongian, Rivan. Joyce Lopian dan Hendra Tawas. “Analisis Pengaruh *Word of Mouth*, Iklan, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening pada *Smartphone* Xiaomi Manado”, dalam <https://ejournal.unsrat.ac.id>, diakses 10 Desember 2023.
- Kotler, Philip dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid I*. Jakarta: PT Indeks.
- Kristian, Galih. 2021. “Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian dengan *Trustworthiness* sebagai Variabel Intervening”, *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*. Vol. 9, No. 3, dalam <https://jurnal.ibik.ac.id>, diakses 10 Desember 2023.
- Kurniasih, Dedeh. 2020. *Kepuasan Konsumen (Studi terhadap Word of Mouth, Kualitas Layanan dan Citra Merek)*. Banten: Penerbit Bintang Sembilan Visitama.
- Kusuma, Arya Ardany dan Pitri Yandri. 2022. “Efektivitas Penggunaan *Brand Ambassador K-Pop* dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Kecantikan dan Merchandise K-Pop di Tokopedia”, *Jurnal Gentiaras Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 14 (3): 233, dalam <https://www.jurnal.gentiaras.ac.id>, diakses 18 Maret 2023.
- Kusuma, Stephanus Eri dan Januari Ayu Eridayani. 2023. *Statistika Inferensial untuk Organisasi dan Bisnis*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.
- Lailiyah, Nisfatul. 2020. “Pengaruh *Brand Ambassador* dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia”, *ISTISHADEquty*, Vol. 2, No. 2, dalam <https://e-journal.umaha.ac.id>, diakses 20 Oktober 2023.
- Lubis, Desy Irana Dewi dan Rahmat Hidayat. 2017. “Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu

- Manajemen Sukma Medan”, *Jurnal Ilman*, Vol. 5, No. 1: 15-24, dalam <https://journals.stimsukmamedan.ac.id>, diakses 20 Oktober 2023.
- Muhtarom, Abid. Muhamad Imam Syairozi dan Reza Desy Rismayari. 2022. “Analisis Citra Merek, Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli”, *Jurnal Manajemen*, Vol. 16 (1): 36, dalam <https://fe.ummetro.ac.id>, diakses 16 September 2023.
- Musfar, Tengku Firli. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Musyaffi, Ayatullah Michael, Hera Khairunnisa dan Dwi Kismayanti Respati. 2021. *Konsep Dasar Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS) menggunakan SMART-PLS*. Banten: Anggota IKAPI.
- Nasution, Arman Hakim et all. 2006. *Manajemen Pemasaran Untuk Engineering*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ningsih, Rika Widia. 2022. “Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Korean Wave* terhadap *Brand Image* dan Keputusan Pembelian”, *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Vol. 1 (4): 440, dalam <https://jmppk.ub.ac.id>, diakses 17 Maret 2023.
- Nurhayati, Siti. 2017. “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta”, *JBMA*, Vol. 4, No. 2, dalam <https://jurnalstibsa.ac.id>, diakses 20 Oktober 2023.
- Permana, Sandi Indra. “Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Ambassador* terhadap Citra Merek serta Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian pada Distro Relic Syndicate”, dalam <http://repository.unpas.ac.id>, diakses 24 September 2023.
- Prabowo, Indra Jaya Krisna Gede. 2016. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan *Word of Mouth* terhadap Minat Beli (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNY Pengguna Iphone)”, dalam <https://journal.student.uny.ac.id>, diakses 7 September 2023.
- Pratiwi, Afrida. Dedi Junaedi dan Agung Prasetyo. 2019. “Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus 212 Mart Cikaret”, *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 2, No. 2” 150-160, dalam <https://journal.laaroiba.ac.id>, diakses 10 Desember 2023.
- Primadani, Rispha Diyahayu. “Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Konsumen Bintang Toedjoe Masuk Angin di Madiun)”, *SIMBA*, dalam <http://prosiding.unipma.ac.id>, diakses 10 Desember 2023.

- Puspita, Cindy Mega dan Agung Budiarmo. "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 9, No. 3, dalam <https://ejournal3.undip.ac.id>, diakses 10 Desember 2023.
- Puspita, Dita Feby. "Pengaruh *Online Customer Review* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Shopee dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening", dalam <http://jurnal.unpand.ac.id>, diakses 10 Desember 2023.
- Putri, Risma Misnanto dan Budi Istiyanto. 2021. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan *Celebrity Endorser* terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus pada Perempuan di Suarakarta)", *Jurnal Ekobis Dewantara*, Vol. 4. No. 2, dalam <http://jurnalfe.ustjogja.ac.id>, diakses 5 September 2023.
- Rahman, Arif. 2010. *Strategi Dahsyat Marketing MIX for Small Business*. Jagakarta: TransMedia.
- Rahmawati. 2022. *Apa Saja Variabel Penelitian dalam Bidang Marketing???* (Panduan bagi Peneliti). Kalimantan Timur: Mulawarman University Press.
- Ramadan, Afif Ghafar dan Suryono Budi Santosa. 2017. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening", *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 6, No. 1: 1-12, dalam <https://ejournal3.undip.ac.id>, diakses 20 Oktober 2023.
- Reality Tim. 2008. *Kamus Terbaru Bahasa Indonesia Dilengkapi Ejaan yang Benar*. Jakarta: PT Reality Publisher.
- Royan, Frans M. 2004. *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Saleh, Muhammad Yusuf dan Miah said. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: Sah Media.
- Sari, Dewi Puspita dan Audia Nuvriasari. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger (Kajian pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta)", *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Online), Vol 3 (2): 73-83, dalam <http://publikasi.dinus.ac.id>, diakses 20 Oktober 2023.
- Setiyana, Yusi dan Suzy Widayarsi. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk Ekuitas Merek dan Gaya Hidup terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Honda Vario", dalam <https://www.unisbank.ac.id>, diakses 10 Mei 2023.

- Sherinatasya, Dhea. Kaharuddin. dan Mansur Tanjung. 2023. “Pengaruh Ekuitas Merek dan Harga terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Alat Kesehatan dan Obat-Obatan Merek Dexa Medica pada CV. Mitra Cahaya Nauli”, *Jurnal Ilmiah Penalaran dan Penelitian Mahasiswa*, Vol. 5 (1): 27, dalam <https://ejournal.provisi.ac.id>, diakses 10 Mei 2023.
- Sinulingga, Nora Anisa Br dan Hengki Tamando Sihotang. 2023. *Perilaku Konsumen; Strategi dan Teori*. Sumatera Utara: IOCS Publisher.
- Sumiati, *etc all*. 2016. *Brand dalam Implikasi Bisnis*. Malang: UB Press.
- Supartono. 2022. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Batik di Pasar Batik Trusmi Kabupaten Cirebon”, *Jurnal Terapan Ilmu Pengetahuan*, Vol 1(1): 76, dalam <http://www.bredjtip.com>, diakses 10 Juni 2023.
- Susanto dan Hilmawan Wijarnoko. 2004. *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta Selatan: PT Mizan Publika.
- Tarigan, Mitra. 2022. *Whitelab Gandeng Sehun EXO jadi Brand Ambassador*, dalam <https://www-cantika-com.cdn.ampproject.org>, diakses 19 Maret 2023.
- Talopod, Rista Veronica. Johny R. E. Tampi dan Danny D.s. Mukuan. 2020. “Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* dan Kosmetik *the Body Shop Manado Town Square*”, *Journal Productivity*, Vol. 1 (3): 251, dalam <https://ejournal.unsrat.ac.id>, diakses 16 September 2023.
- Taqiyuddin, Muhammad Rifqi. 2022. *Mengenal Fakta Skincare Whitelab Halal atau Haram*, dalam <https://www.kaifa.id>, diakses 19 Maret 2023.
- Tjiptono. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tonce, Yosef dan Yoseph Darius Purnama Rangga. 2020. *Minat dan Keputusan Pembelian*. Indramayu: CV. Adanu Abimata.
- Wahyurini, Sonia Cipta. 2020. “Analisis Pengaruh Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah”, *Jurnal Mitra Manajemen*, (Online), Vol. 4, No. 1, dalam <https://e-jurnalmitramanajemen.com>, diakses 18 Januari 2024.
- Wibowo, Fransiscus Xaverius Pudjo. 2022. *Statistika Bisnis dan Ekonomi dengan SPSS 25*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Widyana, Suci Fika. 2022. “Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah”, *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, Vol. 12, No. 2, dalam <https://ejournal.ulbi.ac.id>, diakses 18 Januari 2024.

Zuhad, Muhammad Daniel dan Yoestini. 2023. “Pengaruh *Social Media Marketing* dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Tokopedia di Kota Semarang)”, *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 12, No. 4: 1, dalam <https://ejournal3.undip.ac.id>, diakses 10 Desember 2023.

