

DAFTAR PUSTAKA

- Acnemediaindonesia.Com. (2019). *Kapan Boleh Mulai Gunakan Makeup?* Wwww.Acnemediaindoneisa.Com.
- Adisty, N. (2022). *Tumbuh Pesat, Pemakaian Produk Kecantikan Di Indonesia Kian Meningkat*. Wwww.Goodstats.Id. <https://Goodstats.Id/Article/Menilik-Meningkatnya-Konsumsi-Produk-Kecantikan-Di-Indonesia-Lcqed>
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand And Body Lotion Merek Citra (Studi Kasus Pada Mahasiswa Iain Salatiga). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 4(1), 120–136.
- Andrian, Wahyu, C. I., Putra, Jumawan, & Nursal, M. F. (2022). *Perilaku Konsumen*. Rena Cipta Mandiri.
- Arianto, N. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Cipta Media Nusantara.
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran : Umkm Dan Digital Sosial Media*. Cv Budi Utama.
- Deviyanti, Latief, F., & Nurhaeda, Z. (2023). Pengaruh Label Halal,Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brand Kosmetik Wardah Di Citra Kosmetik Sungguminasa. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 103–113.
- Dewi, B. S. A. D., Suardana, I. M., & Satriawan. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswi Di Kota Mataram). *Jurnal Kompeten*, 1(1), 45–53. <https://doi.org/10.57141/Kompeten.V1i1.6>
- Ekaprana, I. D. G. A., Jatra, I. M., & Giantari, I. G. A. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang . *Jurnal Manajemen*, 9(8), 2895–2914.
- Farisi, S. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara . *In Prosiding : The National Conferences Management And Business (Ncmab)*, 689–705.
- Fazirah, E., & Susanti, A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Wardah Di Kota Surakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 5(3), 246–254.

- Febriani, I. Y., & Ekawaty, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(10), 3996–4001.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek: Planning Dan Strategy*. Cv Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Mutivariate Dengan Program Ibm Spss 25* (Edisi Sembilan). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A. C., & Susanti, F. (2019). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang*.
- Hair, J. J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (7 Ed.). Pearsoneducation.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto . *Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- 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. <https://doi.org/10.35794/Emba.V10i3.41293>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Marketing An Introduction* (Edisi 13). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12 Jilid 1 & 2). Pt Indeks.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 13 Jilid 1). Erlangga. <https://doi.org/10.57141/Kompeten.V1i1.6>
- Lamasi, W. I., & Santoso, S. (2022). The Influence Of Promotion, Product Quality And Brand Image Towards Customer Purchase Decisions Of Wardah Cosmetic Products. *International Journal Of Research In Business And Social Science* (2147-4478), 11(2), 67–73. <https://doi.org/10.20525/Ijrbs.V11i2.1579>
- Lesmana, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pt Paragon Tehnology And Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 59–72.

- Mukaromah, A. H., & Maharani, E. T. (2008). Identifikasi Zat Warsja Rhodamine B Pada Lipstik Berwarna Merah. *Analjskesehatan* , 1(1), 34–40.
- Naomi, I. P., & Ardhiyansyah, A. (2021). Pengaruh Brandambassador Terhadap Brand Imagepada E-CommerceIndonesia. *Jurnal Senmabis*, 1(1), 38–44.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Media Sahabat Cendekia.
- Pandey, Udresh, Reddy, L. S., Chaudary, V., & Ghazali, M. K. A. B. M. (2021). Analysis The Effect Of Product Quality And Price On Purchase Decision (Case Study Of Adidas India, Indonesia, And Malaysia). *International Journal Of Accounting & Finance In Asia Pasific*, 4(1), 71–85.
- Probosini, D. A. (2021). Pengaruh Promosi Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Market Place X Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(2), 445–458.
- Ramadhani, A. N., & Masitoh, S. (2019). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Brand Aambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah . *Jurnal Jikom*, 11(3), 1–9.
- Restuti, N., & Kurnia, M. (2022). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan Transaksi, Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Secara Online Pada Marketplace Shopee. *Borobudur Management Review*, 2(1), 24–40. <https://doi.org/10.31603/Bmar.V2i1.6817>
- Rossiter, J. R., Percy, L., & Bergkvist Lars. (2018). *Marketing Communication: Objectives, Strategy, Tactics*. Teller Road Thousand Oaks.
- Sasongko, G. A., & Setyawati, H. A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Daya Tarik Iklan, Dan Product Packagingterhadkeputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Exclusive Matte Lip Cream (Studi Pada Masyarakat Di Kabupaten Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* , 4(4), 488–501.
- Selvia, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlett Whitening Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. *Jurnal Emba*, 10(4), 320–330.
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruhkualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amonde. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(1), 64–71.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cv Alfabeta.

- Sumaryanto, S., Widajanti, E., & Susanti, N. I. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Excellent*, 9(1), 93–110. <https://doi.org/10.36587/Exc.V9i1.1256>
- Sungadji, & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Cv. Andi Offset.
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar Dasar Manajemen Pemasaran, Konsep, Strategi Dan Kasus*. Center Of Academics Publishing Service.
- Syah, A. (2021). *Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan*. Penerbit Widina.
- Timpal, R. S., Massie, J. D. D., & Pandowo, M. H. C. (2022). The Role Of Brand Ambassadors On Consumer Purchase Decision On Tokopedia Marketplace. *Jurna Emba*, 10(3), 652–659.
- Waluyo, D. (2023). *Fenomena Cantik Industri Kosmetik*. [www.Indonesia.Go.Id](http://www.indonesia.go.id). <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/7804/fenomena-cantik-industri-kosmetik?lang=1>
- Waruwu, C. B. (2019). *Sejarah Berdirinya Pt Paragon Technology And Innovation Hingga Sukses*. Idn Times. <https://www.idntimes.com/life/career/christ-bastian-waruwu/sejarah-pt-paragon-c1c2/4?page=all>
- Widarjono, A. (2018). *Analisis Regresi Dengan Spss* (Edisi Pertama). Upp Stim Ykpn .
- Yunefa, A., & Sabardini, S. E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Emina Di Yogyakarta. *Jurnal Cakrawangsa Bisnis*, 1(2), 171–186.