

DAFTAR PUSTAKA

- Alifyanti, U., Nirawati, L., Andarini, S., & Nugroho, R. H. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Konsumen Scarlett Whitening di Kota Surabaya). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 546. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.449>
- Andrews, J. C., & Shimp, T. A. (2018). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications* (10 th ed). Cengage Learning. <https://books.google.sc/books?id=nZYvDwAAQBAJ>
- Compas.co.id. (2022). 5 Top Produk Sunscreen Terlaris di E-commerce, Madame Gie Tembus Revenue Rp1.1 Miliar dalam 2 Pekan! - Kompas. *Artikel*. <https://compas.co.id/article/produk-sunscreen-terlaris>
- Compas.co.id. (2023). Kompas Data Market Insight_ 6 Top Produk Sunscreen Paling Laris di E-commerce - Kompas. *Artikel*. <https://compas.co.id/article/produk-sunscreen-paling-laris>
- Diba, F., & Engkur, E. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Sertifikasi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Warga Rw. 001 Kelurahan Jatinegara Kaum, Kecamatan Pulo Gadung)*. Skripsi: STIE Jakarta
- Dr. Rizal Fadli. (2023). Mengenal Dampak Sinar Matahari pada Tubuh Manusia. *Artikel*. <https://www.halodoc.com/artikel/mengenal-dampak-sinar-matahari-pada-tubuh-manusia>
- Fimela.co. (2022). Lady Boss_ Irene Ursula, Sosok di Balik “Somethinc” Skincare Lokal Yang Bikin Glowing - Lifestyle Fimela.com. *Artikel*. <https://www.fimela.com/lifestyle/read/4638984/lady-boss-irene-ursula-sosok-di-balik-somethinc-skincare-lokal-yang-bikin-glowing?>
- Firdausa, A. S. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Celebrity Endorser, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 6(2), 2712–2719.
- Firmansyah, M. Anang. 2019. *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Penerbit Qiara Media.
- Gangga Dewi, A. A. I. K., Tika Kurniawati, N. P. A., & Mayun Narindra, A. A. N. (2023). The Role of Online Customer Review, Brand Image, and Brand Trust on Purchase Decision of Sunscreen Product at Murni Cosmetic Store. *JOURNAL OF*

ECONOMICS, FINANCE AND MANAGEMENT STUDIES, 06(06).
<https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i6-17>

- Ismagilova, E. et al. (2017). *Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context (a State of the Art Analysis and Future Directions)*. UK: Springer
- Katadata.co. (2023). influencer-lokal-sangat-memengaruhi-konsumen-perempuan-dalam-memilih-produk-kecantikan. *Artikel*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/21/influencer-lokal-sangat-memengaruhi-konsumen-perempuan-dalam-memilih-produk-kecantikan>
- Katadata.co. (2024). Ini Produk Kecantikan yang Banyak Diburu Konsumen E-Commerce Indonesia. *Artikel*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/11/ini-produk-kecantikan-yang-banyak-diburu-konsumen-e-commerce-indonesia>
- Kertamukti, R. (2019). S. K. D. P. K. P. M. B. Anggaran. J. R. G. Persada. (2019). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Yogyakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler dan Armstrong. (2018). *Principles of Marketing* (17e ed.). UK: Pearson
- Kotler P, & Armstrong G M. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). London: Pearson
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15e ed.). Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management* (16e ed.). UK: Pearson
- Mangkunegara, A. A. A. P. (2019). *Perilaku konsumen*. Bandung: Refika Aditama
- Nata, S. D., & Sudarwanto, T. (2022). Effectiveness of Brand Image, Content Marketing, and Quality Product on Purchase Decision of J-GLOW Products. *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, 7(1), 78–91
- Perkembangan Industri Kosmetik Nasional - Direktorat Jenderal Industri Kimia, Farmasi, dan Tekstil. (2022). *Artikel*. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/kemenperin-industri-kosmetik-sumbang-pdb-1-78-persen-di-kuartal-ii-2022-1z7P6ATCTMI>
- Prasetyo, B. D., Febriani, N. S., Asmara, W. W., Tamitiadini, D. D., Destrity, N. A., Avina, D. A. A., & Illahi, A. K. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru*. Universitas Brawijaya Press.
<https://books.google.co.id/books?id=ZoyIDwAAQBAJ>
- Prihadini, D., Krishantoro, K., & Nanda, I. F. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Azarine (Survei pada pengguna aplikasi tiktok). *Abiwara: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 4(2), 84–93

- Rahmatika, F. A. Y., & Indayani, L. (2022). The Influence of Brand Image, Product Quality and Price on Purchase Decisions for Beauty Glow Skincare in Sidoarjo. *Indonesian Journal of Law and Economics Review*, 17. <https://doi.org/10.21070/ijler.v17i0.799>
- Salsabila, H. F., & Harti, H. (2021). Pengaruh iklan media sosial, electronic word of mouth, dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian. *AKUNTABEL*, 18(4), 722–732. <https://doi.org/10.30872/jakt.v18i4.9789>
- Sari, N., & Sitompul, S. S. (2023). The Effect Of Celebrity Endorser, Product Quality, Packaging And Product Knowledge On Purchase Decisions Of Skintific Product On Pelita Indonesia Students In Pekanbaru. *Jurnal BANSI-Jurnal Bisnis Manajemen Akutansi*, 3(1), 1–14
- Setiyadi, I. N., Alamsyah, A. R., & Rachmawati, I. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Social Media Marketing, E-WOM, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Skincare Alzena Di Kabupaten Pati. *Maker: Jurnal Manajemen*, 8(2), 122–136
- Sudodo, Y., & Hakim, L. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1)
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Sukma, A., & Deviana, Z. B. (2023). *The Influence of Viral Marketing and Celebrity Endorser on Purchase Decisions on Scarlett Whitening Products: Case study on Widyatama Female Students*
- YCP Solidiance. (2023). *Indonesian Skincare Market Analysis*. <https://ycpsolidiance.com/white-paper/indonesia-skincare-industry-success>
- Zap Beauty Index. (2023). *ZAP BEAUTY INDEX 2023*. https://zapclinic.com/files/ZAP_Beauty_Index_2023