

DAFTAR PUSTAKA

- Afiffah Fatiha Az-Zahra, R. H. (2021). Pengaruh Brand Ambassador NCT 127 dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 228-237. Retrieved Agustus 17, 2022
- Faradina Rochmawati Ningrum, N. H. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Song Joong Ki dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Unisma Angkatan 2019). *e-Jurnal Riset Manajemen*, 105-110.
- Giarti Slamet, M. R. (2022, April). Pengaruh Kualitas Produk, dan Label Halal Terhadap Pembelian Konsumen Pada Kosmetik Wardah di Kartasura. *Penelitian dan Kajian Ilmiah*, 20(2), 137-144. Retrieved Agustus 17, 2022
- Hernisa, D. O. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Produk Skincare Mustika Ratu PT Mustika Ratubuana Internasional. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1 (2), 1-10. Retrieved Agustus 17, 2022
- Marlina C Ranganin, R. S. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk MS GLOW Skincare di Kota Tomoho. *Jurnal EMBA*, 10(3), 284-294. Retrieved Agustus 2, 2022
- Medi Nopiana, D. W. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Avoskin. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 433-441.
- Prihatono Aksan Halim, D. D. (2021). Pengaruh Kualitas dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Produk Envygreen Skincare). *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 5(2), 295-307.
- Ricka Putri Yani Br Sinaga, J. Y. (2022). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga dan Review Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Wardah Pada Mahasiswi UNAI. *Intelektiva*, 3(8), 12-25.
- Zuraidah, A. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian skincare (Studi Pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Cabang Kediri). *Journal of Islamic Economic Development*, 84-104.
- Afiffah Fatiha Az-Zahra, R. H. (2021). Pengaruh Brand Ambassador NCT 127 dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 228-237. Dipetik Agustus 17, 2022

- Faradina Rochmawati Ningrum, N. H. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Song Joong Ki dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Unisma Angkatan 2019). *e-Jurnal Riset Manajemen*, 105-110.
- Giarti Slamet, M. R. (2022, April). Pengaruh Kualitas Produk, dan Label Halal Terhadap Pembelian Konsumen Pada Kosmetik Wardah di Kartasura. *Penelitian dan Kajian Ilmiah*, 20(2), 137-144. Dipetik Agustus 17, 2022
- Hernisa, D. O. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Produk Skincare Mustika Ratu PT Mustika Ratu Buana Internasional. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1 (2), 1-10. Dipetik Agustus 17, 2022
- Marlina C Ranganin, R. S. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk MS GLOW Skincare di Kota Tomoho. *Jurnal EMBA*, 10(3), 284-294. Dipetik Agustus 2, 2022
- Medi Nopiana, D. W. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Avoskin. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 433-441.
- Prihatono Aksan Halim, D. D. (2021). Pengaruh Kualitas dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Produk Envygreen Skincare). *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 5(2), 295-307.
- Ricka Putri Yani Br Sinaga, J. Y. (2022). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga dan Review Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Wardah Pada Mahasiswi UNAI. *Intelektiva*, 3(8), 12-25.
- Zuraidah, A. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian skincare (Studi Pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Cabang Kediri). *Journal of Islamic Economic Development*, 84-104.