

DAFTAR PUSTAKA

- A'yun. S. K., 2022, Pengaruh Kualitas Produk. Variasi Produk Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Ulang Scarlett Whitening Body Lotion, *Doctoral Dissertation*, Universitas Putra Bangsa, Kebumen.
- Aggarwal. R. & Ranganathan. P., 2019, 'study Designs: Part 2 - Descriptive Studies'. *Perspectives In Clinical Research*, Vol. 10, No. 1, Pp. 34-36.
- Ahmad. A. H., Idris. I., Alias. S. S., Tuong. C., & Amit. H., 2020, The Credibility Of Celebrity Endorser: Its Impact Towards Consumer Purchase Intention On Instagram In Malaysia, *Palarch's Journal Of Archeology Of Egypt/Egyptology*, 17(9), 1327-1343.
- Aldoko. D., Suharyono. S., & Yuliyanto. E., 2016, Pengaruh Green Marketing Terhadap Citra Merek Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi 2012/2013 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Produk), *Doctoral Dissertation*, Universitas Brawijaya, Malang.
- Alicia. M. P., & Wulandari. A., 2024, Pengaruh Promosi. Harga. Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc, In *Prosiding Semanis: Seminar Manajemen Bisnis*, Vol. 2, No. 1, Pp. 199-206.
- Amanda, F., & Hutagalung, M. A. K., 2024, Pengaruh Logo Halal, Atribut Badan Pengawas Obat Dan Makanan (BPOM) Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Liptint Barenbliss di Kota Medan (Studi Kasus Konsumen di Toko Lollipop Kosmetik)., *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 6111-6125.
- Angriani, A. P. D., 2023, Pengaruh Kualitas Produk dan Label BPOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Bibir Implora, *Skripsi*, Universitas Sulawesi Barat, Sulawesi Barat.
- Anonim, 2020, 10 Brand *Skincare* Lokal Terlaris di Online Marketplace, <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris>, 13 Oktober 2024.
- APJII, 2018, Penetrasi dan Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia, <https://diskominfo.purwakartakab.go.id/panel/assets/files/547e1e75b59e668bda451e92f9246d00.pdf>, 21 Januari 2025.
- Aprelyani. S., Ali. H., Hadita. H., Sawitri. N. N., & Silalahi. E. E., 2024, Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Somethinc Pada Generasi Z Melalui Minat Beli Di *E-Commerce* Shopee, *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 2(3), 162-175.
- Armelia, Y., & Irianto, A., 2021, Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa, *Jurnal*, <https://doi.org/10.24036/jmpe.v4i3.11509>.

- Asih, A. T., & Fauziah, N., 2017, Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Kecemasan Jauh Dari Smartphone (Nomophobia) Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Diponegoro Semarang, *Jurnal Empati*, Vol. 6, No.2, 15-20.
- Basuki. R. A., & Fairuz. N. A., 2021, Pengaruh Celebrity Endorser Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Brand Trust Pada Produk Kosmetik Focallure sebagai Variabel Moderasi, *Journal For Business And Entrepreneurship*, 5(2).
- BPOM, 2024, Mengenal Kosmetik dan Penggunaannya, <https://bbpom-yogya.pom.go.id/705-judul-mengenal-kosmetik-dan-penggunaannya.html>, 28 Januari 2025.
- Budiastuti, D. & Bandur, A., 2018, Validitas dan Reliabilitas Penelitian, Jakarta.
- Compas, 2024, Compas Market Insight Dashboard: Top 10 Brand Kategori Lipstik Ini Raih Market Share Tertinggi di E-Commerce, <https://compas.co.id/article/market-insight-top-10-brand-lipstik/>
- Darma. B., 2021, Statistika Penelitian Menggunakan Spss (Uji Validitas. Uji Reliabilitas. Regresi Linier Sederhana. Regresi Linier Berganda. Uji T. Uji F. R2), Guepedia.
- Dinillah, F. I., Gunawan, J. & Sinansari, P., 2021, Penggunaan augmented reality dan perilaku konsumen dalam berbelanja kosmetik selama pandemi covid 19., *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 10(1), pp. 95-101.
- Djaali, Pudji, dan Muljono, 2008, Pengukuran dalam Bidang Pendidikan, Jakarta.
- Dutta. T., 2011, Consumer Behavior, Excel Books, New Delhi.
- Engel. Jf., Blackwell. Rd., & Miniard. Pw, 1993, Consumer Behavior, Seventh Edition, Usa: The Dryden Press.
- Ernawati. D., 2019, Pengaruh Kualitas Produk. Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung, *Jwm (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17-32.
- Firmansyah. M. A., 2018, Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran), Penerbit Deepublish, Sleman.
- Ghozali, Imam, 2011, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam, 2016, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23, Edisi VIII, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam, 2018, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang

- Hair J.F., 2010, *Multivariate Data Analysis, Edisi Ketujuh*, Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Hanum F., & Rahmani, N. A. B., 2022, Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Emina Pada Kalangan Mahasiswi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi*, Universitas Sam Ratulangi, Medan.
- Hardani dkk, 2020, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, Pustaka Ilmu, Yogyakarta.
- Harvina. L.G.D., Ellitan. L., & Lukito. R.S.H., 2022, The Effect Of Social Media Marketing On Brand Image, Brand Trust, And Purchase Intention Of Somethinc Skincare Products In Surabaya, *Journal Of Entrepreneurship & Business*, 3: 104–114.
- Hawkins. D. I., & Mothersbaugh. D. L., 2010, *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*, 11th Penyunt, The Mcgraw-Hill Companies, New York.
- Hendryadi. H., 2017, Validitas Isi: Tahap Awal Pengembangan Kuesioner. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat*, 2: 169–178.
- Imani. A. N., Hardini. R., & Digidowiseiso. K., 2023, The Effect Of Product Quality, Brand Image And Brand Trust On Purchase Decision Of Wardah Cosmetics In Jakarta National University, *Jurnal Syntax Admiration*, 4(1), 430-452.
- Islamy I., 2019, *Penelitian Survei Dalam Pembelajaran & Pengajaran Bahasa Inggris*. Universitas Muhammadiyah, Purwokerto.
- Kemenko Perekonomian, 2024, Hasilkan Produk Berdaya Saing Global. Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor Dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy, *Siaran Pers*, <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/Hasilkan-Produk-Berdaya-Saing-Global-Industri-Kosmetik-Nasional-Mampu-Tembus-Pasar-Ekspor-Dan-Turut-Mendukung-#:~:Text=Pertumbuhan%20fenomenal%20industri%20kosmetik%20di.1.010%20perusahaan%20pada%20pertengahan%202023,14%20Oktober%202024>.
- Khairunnisa, A. S., Syaela, B. N. A. P., Fauziah, F. N., Nazhirah, H. M., Sofa, M. A. N., Nayyara, N. S., & Rozak, R. W. A., 2024, Analisis Pengaruh *Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* dan *Make Up* di Kalangan GenZ, *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, 2(3), 19-30.
- Khulwani, A., Savitri, C., & Faddila, S.P., 2023, Pengaruh *Influencer* Janes Christina dan Kualitas Produk Kosmetik Somethinc Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi TikTok, *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6: 815–833.
- Kompas, 2023, Sama-sama Mempercantik Bibir, Ini Perbedaan Lipstik, Lip Tint, Lip Balm, serta Lip Gloss, <https://biz.kompas.com/read/2023/05/30/154543128/Sama-Sama->

Mempercantik-Bibir-Ini-Perbedaan-Lipstik-Lip-Tint-Lip-Balm-Serta-Lip?Utm_source=Chatgpt.Com. 16 Oktober 2024.

- Kotler, P. & Keller, K.L., 2012, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keduabelas, Jilid I, Erlangga, Jakarta.
- Kotler. P. & Armstrong. G., 2018, *Principles Of Marketing*. London: Pearson Education Limited.
- Kotler. P. & Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Kurniasari, Thalita Vania, 2021, Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Makeover, *Skripsi*, Program Studi D3 Manajemen, Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Lestari. A. O.. & Nawangsari. S., 2023, Pengaruh Citra Merek. Kualitas Produk, Keragaman Produk, Dan Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Make Over (Studi Kasus Pada Konsumen Wanita Di Jabodetabek), *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 3(2), 153-166.
- Mardiah, A., Ramadhani, S., Sehani, S., & Dewi, R., 2023, The Influence of Product Variants, Product Quality, Reference Groups on Purchase Decision Telon Oil Product, In *Proceeding International Conference on Economic and Social Sciences*, Vol. 1, pp. 487-500.
- Mintel, 2024, UK Beauty and Personal Care Retailing Market Report 2024, <https://store.mintel.com/report/uk-beauty-and-personal-care-retailing-market-report>, 5 Februari 2025.
- Mirnayana, R. & Mardiah, A., 2024, Pengaruh Kualitas Produk, Labelisasi Halal dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah (Studi pada Masyarakat Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru), *Al-manar Journal of Economic and Social Studies*, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Riau.
- Misra. S. K.. Mehra. P. & Kaur. B., 2019, Factors Influencing Consumer Choice Of Celebrity Endorsements And Their Consequent Effect On Purchase Decision. *International Journal On Emerging Technologies*, 10(2), 392-397.
- Mohammed, A.H., Blebil, A., Dujaili, J., & Hassan, B.A.R., 2021, Perception and Attitude of Adults Toward Cosmetic Products Amid COVID-19 Pandemic in Malaysia, *Journal of Cosmetic Dermatology*, 20: 1992–2000.
- Monika. R. F., 2024, Pengaruh Persepsi Harga. Variasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina (Studi Kasus Remaja Kabupaten Lima Puluh Kota. Provinsi Sumatra Barat), *Doctoral Dissertation*, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Riau.

- Mustika, 2023, Pengaruh Customer Experience dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Mixue Ice Cream And Tea di Kota Bandar Lampung. *SMART: Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology*, Universitas Teknokrat Indonesia, Bandar Lampung.
- Muthmainnah. A.. Heriyadi. H.. Pebrianti. W.. Ramadania. R.. & Syahbandi. S., 2023, The Influence Of Price And Product Quality On Customer Satisfaction With Purchase Decision As Mediation Variable In Somethinc Serum Skincare Products In Indonesia, *Jurnal Ekonomi*, 12(04), 1925-1938.
- Natalia, T., 2024, *Luar Biasa! Penjualan Lipstick Tembus Rp178 Miliar*, <https://www.cnbcindonesia.com/research/20240505145350-128-535859/luar-biasa-penjualan-lipstick-tembus-rp-178-miliar>, 23 Oktober 2024.
- Nuraini. A.. & Maftukhah. I., 2015, Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah Di Kota Semarang, *Management Analysis Journal*, 4(2).
- Nurhaswinda, Zulkifli, A., Gusniati, G., Zulefni, M. G., Afendi, R. A., Asni, W., Fitriani, Y., 2025, Tutorial Uji Normalitas dan Uji Homogenitas dengan Menggunakan Aplikasi SPSS. *Jurnal Cahaya Nusantara*, Vol. 1, No. 2, 55-68.
- Nurmalasari, D., & Istiyanto, B., 2021, Pengaruh Kualitas Produk, Harga Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Lipstick Merek Wardah di Kota Surakarta, *Jurnal Sinar Manajemen*, Vol. 8, No. 1.
- Oke, A. O. dkk, 2016, Consumer Behavior towards Decision Making and Loyalty to Particular Brand, *International Review of Management and Marketing*, 6(S4), pp. 43-52.
- Oktaviani, K., 2024, Ini Tren Makeup Dan Skincare Yang Berkembang Di Indonesia, <https://wolipop.detik.com/makeup-and-skincare/D-7136546/ini-tren-makeup-skincare-yang-berkembang-di-indonesia>, 28 September 2024.
- Pahlevi, R., 2022, Survei: 54% Konsumen Kosmetik Lebih Pilih Brand Lokal, <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/be642822a2b29fd/survei-54-konsumen-kosmetik-lebih-pilih-brand-lokal>, 30 September 2024.
- Paradis, W. S., Hidayat. Z., & Fauziah. A., 2020, Pengaruh Celebrity Endorse, Kualitas Produk, Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Indomie (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Widya Gama Lumajang), *Jobman: Journal Of Organization And Bussines Management*, 2(4), 171–266.
- Peter. J. P., dan Jerry C. O., 2013, Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran, *Buku 1*, Edisi 9, Salemba Empat, Jakarta.

- Philip K. & Kevin L. K., 1997, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketigabelas, Erlangga.
- Prakasa, R. M. P., Purwanto, H., & Apriyanti, A., 2022, Pengaruh Varian Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Coffe Shop Di Kota Madiun), In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, Vol. 4.
- Purnapardi. M. S. & Indarwati. T. A., 2022, *Imbas Product Quality Dan Brand Image Pada Repurchase Intention Produk Kosmetik Halal Di E-Commerce*, *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 136-147
- Purwanto, 2018, *Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas dan Reabilitas untuk Penelitian Ekonomi Syariah*, Staia Press, Magelang.
- Puspasari. H. & Puspita. W., 2022, Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Tingkat Pengetahuan Dan Sikap Mahasiswa Terhadap Pemilihan Suplemen Kesehatan Dalam Menghadapi Covid-19, *Jurnal Kesehatan*, 13(1), 65-71.
- Putra, 2020, *Somethinc. Brand Kosmetik Lokal Dengan Kualitas Internasional*, [https://Indiemarket.News/Somethinc-Brandkosmetik-Lokal-Dengan-Kualitas Internasional/](https://Indiemarket.News/Somethinc-Brandkosmetik-Lokal-Dengan-Kualitas-Internasional/), 20 September 2024.
- Putra, A. R., Rudiansyah, M. M. D. H., Darmawan, D., Mardikaningsih, R., & Sinambela, E. A., 2022, Pengaruh Gaya Hidup, Lingkungan Fisik, dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Lottemart, *Optimal Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(1), 71-85.
- Putra, M., 2024, *Pahami 16 Strategi Promosi Produk Kosmetik untuk Meningkatkan Penjualan*, <https://toffeedev.com/blog/business-and-marketing/strategi-promosi-produk-kosmetik/>, 15 Maret 2025.
- Putriningtias, A., 2024, *Survei Jakpat Tren Make Up: Produk Lip Dan Alis Menduduki Tingkat Atas*, <https://Www.Medcom.Id/Gaya/Beauty/Mkm7q8xn-Survei-Jakpat-Tren-Make-Up-Produk-Lip-Dan-Alis-Menduduki-Tingkat-Atas>, 25 September 2024.
- Ramadhania, R. N., Savitri, C., & Pertiwi, W., 2023, Pengaruh Celebrity Endorser dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Pixy (Studi Mahasiswi Manajemen 2017 Universitas Buana Perjuangan Karawang), *Jurnal Manajemen dan Bisnis Kreatif (JMBK)*, Universitas Buana Perjuangan Karawang. Telukjambe.
- Ramdhani, A., 2022, *Lokal Mendominasi! Ini Data Penjualan Kosmetik Bibir Di Shopee Selama Kuartal II – 2022*, <https://Compas.Co.Id/Article/Penjualan-Kosmetik-Bibir/>, 16 Oktober 2024.
- Razak. M., 2016, *Perilaku Konsumen*, Alauddin University Press, Makassar.

- Reinaldo. I. & Chandra. S., 2020, The Influence Of Product Quality, Brand Image, And Price On Purchase Decision At Cv Sarana Berkat Pekanbaru, *Journal Of Applied Business And Technology*, 1(2), 137-150.
- Riyanto, A. D., Setiadi, R., & Yulianto, A., 2023, Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Cam Cafe Brebes), *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 1(4), 304-321.
- Rosanti. N.. & Salam. K. N., 2021, The Effects Of Brand Image And Product Quality On Purchase Decisions, *Quantitative Economics And Management Studies*, 2(6), 365-375.
- Roudhoh, S. H. S., & Nurtjahjani, F., 2023, Pengaruh Celebrity Endorser dan Iklan Melalui Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Maybelline di Kota Malang, *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Politeknik Negeri Malang, Malang.
- Royan. F. M., 2004, *Marketing Celebrities*, Pt. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Rukminingsih, 2020, *Metode Penelitian Pendidikan*, 1 Penyunt, Erhaka Utama, Yogyakarta.
- Sahir, S. H., 2021, *Metodologi penelitian*, Penerbit KBM Indonesia.
- Saidani. B.. & Arifin. S., 2012, Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market, *Jrmsi-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1–22.
- Santoso, G., 2015, Determinan koefisien respon laba, *Parsimonia-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 69-85.
- Schiffman & Kanuk. W. (1997). *Consumer Behaviour*. 1 Penyunt. Sydney. Prentice Hall Publisher.
- Sepfiani, P., Ilhamy, M. L., & Harahap, M. I., 2023, Impactofelectronic Word-of-Mouth, product quality, and brand image on purchasing decisionsin the skincare industry, *Journal of Enterprise and Development (JED)*, 5(1), pp. 318-338.
- Siregar, S., 2015, *Statistika Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Situnjak, Tumpal JR dan Sugiarto, 2006, *LISREL*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Somethinc. (2024). *Somethinc*. Diakses Pada 20 September 2024. www.somethinc.com
- SPSS Indonesia, 2021, https://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-validitas-product-momen-spss.html#google_vignette, 10 Februari 2025.
- Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Cv. Alfabeta, Bandung.

- Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2015, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2018, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2019, *Quantitative, Qualitative, And R&D Study Methods*, Alfabeta, Bandung.
- Sukmawati. D. A. R.. Mathori. M.. & Marzuki. A., 2022, Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc: (Studi Pada Konsumen Di Daerah Istimewa Yogyakarta), *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 579-599.
- Sulistyorini. R., 2018, Pengaruh Kualitas Produk. Variasi Produk. Kesesuaian Harga. Citramerekdan Kesadaran Merekdalamupaya Meningkatkan Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Strada Coffee Semarang), 7, 1–11.
- Syafiâ. L., & Firah. A., 2023, The Effect Of Consumer Interests And Product Differentiation On Daihatsu Car Purchase Decisions Branch Of Pt. Astra Medan Johor, *Dharmawangsa: International Journal Of The Social Sciences, Education, And Humanitis*, 4(2), 70-83.
- Tjondrokoesoemo. M. (2017). Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*. 2(3). 287-295.
- Ulfat, S., Muzaffar, A., & Shoaib, M., 2014, To Examine the Application and Practicality of Aakers' Brand Equity Model in Relation with Recurrent Purchases Decision for Imported Beauty Care Products (A Study of Female Customers' of Pakistan), *European Journal of Business and Management*, 6(11), 120–134.
- Wahyuni, N., 2014, Uji Validitas dan Reliabilitas, <https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/>, 28 Januari 2025.
- Wasitaatmadja, S. M., 2018, *Akne*, Universitas Indonesia Publishing. Jakarta.
- Widhiarso, W., 2010, *Uji Linieritas Hubungan*. Fakultas Psikologi UGM.
- Widyaningrum. P. W., 2017, Pengaruh Label Halal Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Wardah Di Ponorogo), *Jesi (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 6(2), 83-98.
- Widyatama, H., Rasyidi, M. A., & Pratama, S. D., 2011, *Breusch Pagan Godfrey Test*, Sekolah Tinggi Ilmu Statistik, Jakarta.
- Yulianita. N. K. R.. Suardhika. I. N.. & Rihayana. I. G. (2024). Pengaruh Citra Merek. Variasi Produk. Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap

Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Denpasar. *Emas*.
5(6). 97-109.

Yunefa, A. & Sabardini, S. E., 2020, Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Emina di Yogyakarta, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta.