



DAFTAR PUSTAKA

- Adrian, Kevin (2021), *Waspada! Bahaya Polusi pada Kulit dan Langkah Pencegahannya*, diakses 27 April 2023. <https://www.alodokter.com/sadari-efek-polusi-bagi-kulit>
- Amilia, Suri (2017), 'Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Merek Xiaomi di Kota Langsa', *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, vol.6, no.1, pp. 660 - 669, diakses 10 November 2022 <https://ejournalunsam.id/index.php/jmk/article/view/213>
- Arifah, Yenni (2022), *Keputusan Pembelian Produk*, Tebing Tinggi: PT. Inovasi Pratama Indonesia.
- Bayuliana, Else (2018), Skripsi: *Analisis Efektivitas Iklan Online Go-Jek dalam Upaya Peningkatan Pengguna Jasa Go-Jek di Kota Jambi*, Universitas Islam Negeri Sulthan Thana Saifuddhin
- Christian, Avi dan Nila K. Hidayati (2022), 'The Impact of Media Selection on Advertising Effectiveness An Empirical Study From the Consumer Behavior Perspective', *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, vol.4, no.11, pp. 4983 - 4991, diakses 13 Desember 2022 [10.32670/fairvalue.v4i11.1857](https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i11.1857)
- Cooper, D. R., dan Pamela, S. S. (2017), *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi 11, Buku I, Jakarta : Salemba Empat.
- Daga, Rosnaini (2017), *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*, Buku I, Makassar : *Global research and Cosulting Institute*.
- Dika, C. (2021), *Kisah Sukses Felicya Angelista Membangun Bisnis Scarlett Whitening*, diakses 2 November 2022. <https://hits.zigi.id/kisah-sukses-felicya-angelista-membangun-bisnis-scarlett-whitening-1677#>
- Djohan, N. (2022), *Bangga! Brand Lokal Scarlett Tampilkan Pesona Kecantikan di Paris Fashion Week 2022*. diakses 3 November 2022. <https://motherandbeyond.id/read/23481/bangga-brand-lokal-scarlett-tampilkan-pesona-kecantikan-di-paris-fashion-week-2022>
- Ekaprana, I. D. G. A., Jatra, I. M., dan Giantari, I. G. A. K. (2020), 'Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang', *Jurnal Manajemen*, vol. 9, no.8, pp. 2895 - 2914, diakses 25 Oktober 2022, [10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i08.p01](https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i08.p01)
- Ernawati, D. (2019), 'Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung', *Jurnal Wawasan Manajemen*, vol.7, no.1, pp. 13 -32, diakses 15 November 2022 [10.20527/jwm.v7i1.173](https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173)
- Ferrell, O. C., dan Michael D. Hartline (2019), *Marketing Strategy: Text and Cases*, Edisi 17e, Singapore: Cengage Learning Asia.
- Firmansyah, M. Anang (2019), *Pemasaran Produk dan Merek (Planinng and Strategy)*,

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.

Ghozah, Imam (2018), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gunawan, D., Pratiwi, A. D., Arfah, Y., dan Hartanto, B. (2022), *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing*, Tebing Tinggi: PT. Inovasi Pratama Indonesia.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., dan Anderson, R. E. (2019), *Multivariate Data Analysis*, Edisi 18e, United Kingdom: Cengage Learning.

Hawa, P., Ramdan, A. Muhamad, dan Mulia, Faizal (2022), '*Analysis of Advertising Effectiveness Free Shipping and Consumer Trust to Increase Purchase Decisions*', *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, vol.6, no.2, pp. 209 - 220, diakses 10 Desember 2022, [10.36555/almana.v6i2.1633](https://doi.org/10.36555/almana.v6i2.1633)

Hesti, S., Thasimmim, S. N., & Rimayanti, W. (2021), 'Efektivitas Iklan Traveloka Televisi Konvensional pada Konsumen di Era Digital', *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study*, vol.7, no.1, pp. 57 - 65, diakses 13 Desember 2022, [10.31289/simbollika.v7i1.4417](https://doi.org/10.31289/simbollika.v7i1.4417)

Indrawati, K. A. P., Sudiarta, I. N., & Suardana, I. W. (2017), 'Efektivitas Iklan Melalui Media Sosial Facebook dan Instagram Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran di Krisna Oleh-oleh Khas Bali', *Jurnal Analisis Pariwisata*, vol.17, no.2, pp. 78 - 83, diakses 18 Desember 2022, <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jap/article/view/36484>

Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., Bairizki, A., Lestari, A. S., Rahayu, D. W. S., Butarbutar, M., Nopus, H., Elvera, I. H., dan Triwardhani, D. (2021), *Perilaku Konsumen*, Buku I, Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.

Joan, Valerie (2022), *Produk Kecantikan Tembus Transaksi 20 Miliar, Brand Lokal Terfavorit*, diakses 30 Oktober 2022, <https://compas.co.id/article/penjualan-produk-kecantikan/>

Kotler P., dan Armstrong Gary (2021), *Principles of Marketing*, Edisi 18e, United States: Pearson Education Limited.

Kotler, P., Keller, K. Lane dan Chernev, A. (2022), *Marketing Management*, Edisi 16e, United States: Pearson Education Limited.

Kusumadewi, A. N., Munawar, M., dan Urfa, I. B. (2022), '*Analisis EPIC Model Terhadap Efektivitas Iklan Online Sebagai Media Promosi di Youtube Terhadap Keputusan Pembelian Pocari Sweat*', *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol.9, no.2, pp. 1933 - 1961, diakses 16 Desember 2022, <https://doi.org/10.34308/eqien.v9i2.380>

Nugraha, Indra (2022), *Polusi Udara Jakarta Parah, Desak Pemerintah Serius Atasi Pencemaran*, diakses 27 April 2023. <https://www.mongabay.co.id/2022/06/26/polusi-udara-jakarta-parah-desak-pemerintah-serius-atasi-pencemaran/>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Prihatini, Zintan (2022), Kualitas Udara Jakarta Utara Tak Sehat bagi Kelompok Sensitif. Diakses 27 April 2023

<https://megapolitan.kompas.com/read/2022/10/10/23023121/kualitas-udara-jakarta-utara-tak-sehat-bagi-kelompok-sensitif>

Scarlett Store (2022), *Scarlett Whitening*, diakses pada 15 Januari 2023, <https://scarlettwhitening.com/>

Saraswati, K., Hadi, I. P., & Goenawanf, F. (2020), 'Efektivitas Iklan "@Kamaliabeauty x Tasyafarasya *lipswatch*" pada Instagram *Beauty Influencer* Tasya Farasya.', *Jurnal E-Komunikasi*, vol.8, no.2, pp. 1 - 8, diakses 2 November 2022, <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/11093/9861>

Sekaran, Umma dan Roger, Bougie. (2017a), *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, Edisi 6, Buku I, Jakarta : Salemba Empat.

Sekaran, Umma dan Roger, Bougie. (2017b), *Metode Penelitian Untuk Bisnis Edisi 6*, Buku II, Jakarta : Salemba Empat.

Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017), *Strategi Promosi Pemasaran*, Jakarta : FKIP UHAMKA.

Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017), *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, vol.4 no.1, pp. 74 - 85, diakses, 10.26905/jbm.v4i1.1714

Tirtonegoro, S. (2022), *Dampak Penggunaan Pemutih Bagi Kesehatan Kulit*, diakses 8 November 2022, https://yankes.kemkes.go.id/view_artikel/300/dampak-penggunaan-pemutih-bagi-kesehatan-kulit

Umar, Husein (2019), *Metode Riset Manajemen Perusahaan*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Wardi, Lisa dan Dwi Kartikasari (2017), 'Analisis Efektivitas Periklanan Kek Pisang Villa Melalui Iklan *Billboard* dan *Videotron* dengan Menggunakan EPIC Model', *Jurnal Inovasi Bisnis (INOVBIZ)*, vol5, no.1, pp. 67 - 81, diakses 30 Desember 2022, 10.35314/inovbiz.v5i1.173

Wijaya, T. (2018), *Manajemen Kualitas Jasa*, (Edisi 2). Jakarta : PT Indeks.

Wulandari, R. Ayu (2022), *Inilah Pentingnya Izin BPOM untuk Produk Kosmetik, Brand Owner Harus Tahu!*, diakses 12 November 2022, <https://mashmoshem.co.id/pentingnya-izin-bpom-untuk-produk-kosmetik/>

Yovianty, L., Erdiansyah, R., dan Aulia, S. (2022), 'Pengaruh Efektivitas Iklan dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Lemonilo', *Jurnal Prologia*, vol.6, no.2, pp. 240 - 247, diakses 16 Desember 2022, [10.24912/pr.v6i2.10553](https://doi.org/10.24912/pr.v6i2.10553)

Zap, *Beauty Index* (2020), *Zap Beauty Index 2020*, Zap Beauty : Markplus.inc

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.