

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, A. (2025, March). *Skala Pengukuran: Konsep dan Aplikasinya dalam Penelitian dan Analisis Data*. <https://Telkomuniversity.Ac.Id/Skala-Pengukuran-Konsep-Dan-Aplikasinya-Dalam-Penelitian-Dan-Analisis-Data/>.
- Alam, B., Indayani, L., & Yani, M. (2024). PERAN BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, SOSIAL MEDIA INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 19(1).
- Alfatih, A. (2021). *PENELITIAN METODE KUANTITATIF EKSPLANATIF (CONFIRMATORY) 2 VARIABLE : X DAN Y*. Kampus Unsri Palembang.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). KONSEP UMUM POPULASI DAN SAMPEL DALAM PENELITIAN. *JURNAL PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14(1).
- Aminah, S. (2024). THE EFFECT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH AND BRAND IMAGE ON PURCHASING DECISIONS FOR GLAD2GLOW PRODUCTS ON TIKTOK SOCIAL MEDIA IN SURABAYA CITY. In *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)* (Vol. 7, Issue 3).
- Andini, P. N., Lestari, M. T., & Sos, S. (2021). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI PENGGUNA APLIKASI TOKOPEDIA. 8.
- Anggraini, F. D. P., Aprianti, A., Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6491–6504. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3206>
- Anugrah Akbar, F., & Djuniardi, D. (2024). DAMPAK BRAND IMAGE DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK MEREK SCARLETT DI KALANGAN REMAJA PUTRI INDONESIA: SEBUAH TINJAUAN SISTEMATIS LITERATUR. *Jurnal Kajian Ilmiah Multidisipliner*, 8(7), 2118–7301. <https://scholar.google.com/>.
- Aprianti, W., & Tjiptodjojo, K. I. (2023a). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Awareness dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening. *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 6.
- Aprianti, W., & Tjiptodjojo, K. I. (2023b). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Awareness dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening. *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 6.
- Apriany, A., Gendalasari, G. G., & Fadillah, A. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK SUMMIT. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1). <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1278>
- Arifin, L. N., & Pratama, A. D. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Onic Supply ID pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 1(2), 12. <https://doi.org/10.47134/jbk.v1i2.1917>

- Aryani, E. T., & Kur. (2023). *PENGARUH INOVASI PRODUK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA BEAT DI SURAKARTA*. 12.
- Azhaar Yasmine, D., Adrian, F., & Andrianto, N. M. (2024). PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING. *NAMARA: Jurnal Manajemen Pratama*, 1(2). <https://namara-feb.unpak.ac.id/index.php/namara/index>
- Bangun, S., Andayani, S., & Pujiyanto, A. (2025). Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Glad2glow. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 2.
- Barata, R. M. (2021). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Pembelian Ponsel Pintar Samsung A51)*.
- Binus University. (2021a, August 12). *MEMAHAMI COMPOSITE RELIABILITY DALAM PENELITIAN ILMIAH*. <https://Accounting.Binus.Ac.Id/2021/08/12/Memahami-Composite-Reliability-Dalam-Penelitian-Ilmiah/>.
- Binus University. (2021b, August 12). *MEMAHAMI INNER MODEL (MODEL STRUKTURAL) DALAM SMART PLS*. <https://Accounting.Binus.Ac.Id/2021/08/12/Memahami-Inner-Model-Model-Struktural-Dalam-Smart-Pls/>.
- Binus University. (2021c, August 12). *MEMAHAMI R SQUARE (KOEFSIEN DETERMINASI) DALAM PENELITIAN ILMIAH*. <https://Accounting.Binus.Ac.Id/2021/08/12/Memahami-r-Square-Koefisien-Determinasi-Dalam-Penelitian-Ilmiah/#:~:Text=R%20square%20disebut%20juga%20sebagai,Angka%20satu%20berarti%20semakin%20baik.>
- Binus University. (2021d, August 12). *MEMAHAMI UJI T DALAM REGRESI LINEAR*. https://Accounting.Binus.Ac.Id/2021/08/12/Memahami-Uji-t-Dalam-Regresi-Linear/?Utm_source=chatgpt.Com.
- Btari, E., Pangestika, D., Filana, D., Huring Nyangun, N., Manin, V. T., Putu, N., & Krismawintari, D. (2023). PERBEDAAN SIKAP DAN ORIENTASI GENDER TERHADAP PENGGUNAAN SKINCARE. *Prosiding SINTESA*, 6. <https://forms.gle/EaASsr4QY7DcRryN8>
- Bujang, M. A., Omar, E. D., Foo, D. H. P., & Hon, Y. K. (2024). Sample size determination for conducting a pilot study to assess reliability of a questionnaire. *Restorative Dentistry and Endodontics*, 49(1). <https://doi.org/10.5395/rde.2024.49.e3>
- Cahyani, A. N. (2023). DAMPAK PENGGUNAAN SKINCARE UNTUK MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DIRI REMAJA LAKI-LAKI DI DESA GONDANGRAWE. *Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta*.
- Dima, S. F. (2024). *Pengaruh Gaya hidup, Brand Image, Brand Ambassador, dan Komunitas Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Buttonsscarves*.

- Diputri, A. T., & Anindita, L. A. (2022). Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Brand Image PT Hijau Indah Selarass. *Jurnal Communicology*, 10(2). <http://journal.unj.ac.id/>
- East Ventures. (2024, October 24). *Industri kecantikan Indonesia: Pasar yang sedang berkembang dengan potensi yang sangat besar*. <https://East.vc/Id/Berita/Insights-Id/Industri-Kecantikan-Indonesia/#:~:Text=Indonesia%2C%20negara%20dengan%20pertumbuhan%20ekonomi,Pasar%20kecantikan%20regional%20dan%20global>.
- Fatihah, A. N., & Saputro, E. P. (2024). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Nature Republic*.
- Ferdiana Fasha, A., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI: BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Ghadani, A., Muhar, A. M., & Sari, A. I. (2022). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian di shopee dengan mediasi brand awareness. *Insight Management Journal*, 2(3), 110–118. <https://journals.insightpub.org/index.php/imj>
- Hartanto, P., & Mariana, F. (2024). Analisis Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Image. In *Jurnal Bisnisman: Riset Bisnis dan Manajemen* (Vol. 5, Issue 3). Oktober-Januari. <http://bisnisman.nusaputra.ac.id>
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *METODE PENELITIAN*. Eureka Media Aksara.
- Kristian, G., Welsa, H., & Udayana, I. B. N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Trustworthiness Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(3), 509–520. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i3.570>
- Lailiya, N. (2020). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA*. 2(2), 2622–6367.
- Larassaty, L. (2024, January 25). *Glad2Glow Tunjuk Syifa Hdju sebagai Brand Ambassador dan Gaungkan Cara dapat Kulit Glowing!* <https://Www.Beautyjournal.Id/Article/Glad2glow-Syifa-Hadju-Brand-Ambassador>.
- Lestari, S. P., & Permatasari, R. I. (2023). *PENGARUH PENGALAMAN KERJA DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP PRESTASI KERJA KARYAWAN DIVISI OPERASIONAL PT. PEGADAIAN GALERI 24, JAKARTA PUSAT*. 13.
- Luthfiana, R. R., & Purworini, D. (2023). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN SOCIAL MEDIA INSTAGRAM @NPUREOFFICIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK NPURE. *Communications*, 5(1), 372–397. <https://doi.org/Communications5.1.5>
- Mahdi, M. I. (2022, March 2). *Pendapatan Produk Kecantikan di Indonesia Diproyeksi Terus Naik*. <https://DataIndonesia.Id/Varia/Detail/Pendapatan-Produk-Kecantikan-Di-Indonesia-Diproyeksi-Terus-Naik>.

- Mahmudah, R., Akib, N., Halik, Hikmah, N., & Arafan. (2023). SOSIALISASI PENGGUNAAN SKINCARE DAN KOSMETIK YANG AMAN DAN TEPAT BAGI REMAJA DI PONDOK TAHFIDZ ABDURRAHMAN BIN AUF KENDARI. *Mosiraha: Jurnal Pengabdian Farmasi*, 1.
- Maisah, S. (2024). Jenis-Jenis Skala Pengukuran Dalam Penelitian. *UMSU: Unit Pengelola Jurnal Ilmiah*.
- Mardiastuti, A. (2022, August). *Mengenal Rumus Slovin, Kapan Digunakan dan Contoh Soal*. [https://www.Detik.Com/Jabar/Berita/d-6253944/Mengenal-Rumus-Slovin-Kapan-Digunakan-Dan-Contoh-Soal#:~:Text=Mengutip%20jurnal%20Universitas%20Muhammadiyah%20Surakarta%2C%20dalam%20rumus,0%2C2%20\(20%\)%20untuk%20populasi%20dalam%20jumlah%20kecil](https://www.Detik.Com/Jabar/Berita/d-6253944/Mengenal-Rumus-Slovin-Kapan-Digunakan-Dan-Contoh-Soal#:~:Text=Mengutip%20jurnal%20Universitas%20Muhammadiyah%20Surakarta%2C%20dalam%20rumus,0%2C2%20(20%)%20untuk%20populasi%20dalam%20jumlah%20kecil).
- Margarita. (2022). Brand Image Theoretical Aspects. *IJBE (Integrated Journal of Business and Economics)*.
- Maulana, A., & Lestariningsih, M. (2022). PENGARUH HARGA, BRAND AMBASSADOR DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Muhajirin, Risnisa, & Asrulla. (2024). PENDEKATAN PENELITIAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF SERTA TAHAPAN PENELITIAN. *Jurnal Genta Maulana*, 15.
- Nawiyah, N., Kaemong, R. C., Ilham, M. A., & Muhammad, F. (2023). PENYEBAB PENGARUHNYA PERTUMBUHAN PASAR INDONESIA TERHADAP PRODUK SKIN CARE LOKAL PADA TAHUN 2022. *ARMADA: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(12), 1390–1396. <https://doi.org/10.55681/armada.v1i12.1060>
- Novita Izzmatika, A., & Halida, M. (2024). Peran Brand Ambassador Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada Mytafash_Up. *MABNY: Journal of Sharia Management and Business*, 4(2).
- Oktyandito, Y. W., & DS, Y. (2024, October 17). *Siapa Owner Glad2Glow?* IDN TIMES.
- Pahleviannur, M. R., De Grave, A., Saputra, D. N., Mardianto, D., Sinthania, D., Hafrida, L., Bano, V. O., Susanto, E. E., Mahardhani, A. J., Amruddin, Alam, M. D. S., Lisyah, M., & Ahyar, D. B. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *PRADINA PUSTAKA*. <https://doi.org/10.31237/osf.io/jhxxw>
- Ponto, C., Kalangi, J., & Aseloei, S. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Garnier Pada Mahasiswa S1 Universitas Sam Ratulangi. *Productivity*, 4.
- Pratama, S. A., & Permatasari, R. I. (2021). PENGARUH PENERAPAN STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR DAN KOMPETENSI TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN DIVISI EKSPOR PT. DUA KUDA INDONESIA. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 11.
- Puspita, W., Rizki, M. F., Frisca, A., Rahma, B., & Hafidz, M. (2020). Pengaruh Kegiatan Corporate Social Responsibility Terhadap Reputasi PT. PLN (Persero). *Jurnal Communicology*, 8(2). <http://journal.unj.ac.id/>

- Putri, A., & Ahmadi, M. A. (2025). Pengaruh Brand Ambassador dan Celebrity Endorsement di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skintific. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 3. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v3i1>
- Qonita, A. Z. (2024). *Variabel dalam Penelitian: Jenis-jenis & Cara Menentukannya*. <https://Telkomuniversity.Ac.Id/Variabel-Dalam-Penelitian-Jenis-Jenis-Cara-Menentukannya/>.
- Rahayu, A. (2021). *Skala Pengukuran Data*. <https://Binus.Ac.Id/Malang/2021/11/Skala-Pengukuran-Data/>.
- Rahma, N. L. Y., & Sudarwanto, T. (2024). PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK GLAD2GLOW. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 12.
- Rahmawati, V. N. (2025, July 20). *Terungkap, Glad2Glow G2G, Skincare Viral Diimpor Dari China, Dimiliki Perusahaan Lokal Jakarta*. https://www.ibenews.id/viral/2056297120/terungkap-glad2glow-g2g-skincare-viral-diimpor-dari-china-dimiliki-perusahaan-lokal-jakarta?utm_source=chatgpt.com.
- Rai Sara Purnama Sari, & Velda Ardia. (2024). Pengaruh Brand Activation Pada Produk Y.O.U Beauty Terhadap Loyalitas Konsumen. *SABER : Jurnal Teknik Informatika, Sains Dan Ilmu Komunikasi*, 2(2), 113–124. <https://doi.org/10.59841/saber.v2i2.983>
- Rajagukguk, R. (2024, January 25). *Glad2Glow Gandeng Syifa Hadju Jadi Brand Ambassador*. <https://www.marketeers.com/glad2glow-gandeng-syifa-hadju-jadi-brand-ambassador/>.
- Rizki, M. F. (2025). Pengaruh Brand Ambassador Afgan dan Brand Personality Terhadap Brand Loyalti Skincare Somethinc Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Komunikasi Peradaban*, 3.
- Sampoerna University. (2024). *Variabel Bebas dan Terikat adalah: Pengertian dan Contoh*. <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/news/variabel-terikat-adalah>.
- Sanaky, M. M., Saleh, L. M., & Titaley, H. D. (2021). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB KETERLAMBATAN PADA PROYEK PEMBANGUNAN GEDUNG ASRAMA MAN 1 TULEHU MALUKU TENGAH. *JURNAL SIMETRIK*, 11.
- Santoso, A. (2023). URumus Slovin: Panacea Masalah Ukuran Sampel. *Jurnal Psikolog Universitas Sanata Dharma*.
- Satu University. (2024). *Apa Itu Data?* <https://satu.ac.id/Bandung/Sistem-Informasi/2024/08/16/Apa-Itu-Data/>.
- Setiawan, C. K., & Yosepha, S. Y. (2020). PENGARUH GREEN MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK THE BODY SHOP INDONESIA (Studi Kasus Pada Followers Account Twitter @TheBodyShopIndo). *JURNAL ILMIAH M-PROGRESS*, 10.
- Siahaan, A. C., Ginting, M., & Br Ginting, L. T. R. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Menantea di Kota Medan.

Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil, 13(1), 80–91.
<https://doi.org/10.55601/jwem.v13i1.958>

Sintia, I., Danil Pasarella, M., & Andi Nohe, D. (2022). *PERBANDINGAN TINGKAT KONSISTENSI UJI DISTRIBUSI NORMALITAS PADA KASUS TINGKAT PENGANGGURAN DI JAWA*.

Sriwenda Putri, K., Setiawan, R., & Pambudi, A. (2023). ANALISIS SENTIMEN TERHADAP BRAND SKINCARE LOKAL MENGGUNAKAN NAÏVE BAYES CLASSIFIER. *Technologia*, 14(3).

starngage.com. (2025). *Syifahadjureal's Instagram Audience Analytics and Demographics*. <https://Starngage.Com/App/Id/Influencers/Syifahadjureal>.

Sugiono, Noerdjanah, & Wahyu, A. (2020). Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation. *Jurnal Keterampilan Fisik*, 5(2).

Suryani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*.
<http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>

Tabrani. (2023). Perbedaan antara penelitian Kualitatif (Naturalistik) dan Penelitian Kuantitatif (Ilmiah) dalam berbagai Aspek Tabrani. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5.

Talitha Syahada Munaf, A., Nur Khofifah, A., Aprilia Chairunnisa, D., Olivia Putri, A., Azura Sagita, O., Nabila, A., Syakira, Shinta Ciceria, B., Hasnita Hasanah, S., & Nur Angelita, V. (2025). Pengaruh Review Customer terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Glad2glow. *Jurnal Potensial*, 4(1).
<http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/potensial>

Telkom University. (2023, December). *Pengertian Data, Fungsi, Jenis-jenis, Manfaat dan Contohnya*. <https://Telkomuniversity.Ac.Id/Pengertian-Data-Fungsi-Jenis-Jenis-Manfaat-Dan-Contohnya/>.

Vigati, W. L., & Nurhadi. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Tagline Terhadap Brand Awareness Shopee Indonesia di Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 13(1). <https://www.topbrand-award.com/>

Williams, A. (2021). All You Need To Know About Brand Image. *The Branding Journal*.

Wulandari, P. S., Hutauruk Wira Roho Br, & Prasetyaningtyas, S. W. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Purchase Intention yang dimediasi Brand Image dan Brand Awareness. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 12.

Yulianto, A. (2020, August). *Response Styles pada Skala Psikologi*. Buletin KPIN.

ZAP Beauty Index. (2020). *Zapclinic.Com*.