

REFERENCES

- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV Alfabeta.
- Banirestu, H. (2022). *Perkenalkan Wajah Baru, Ini Strategi Whitelab*. SWA. <https://swa.co.id/swa/trends/perkenalkan-wajah-baru-ini-strategi-whitelab>
- Cambosa, T. (2022). *K-pop Archives - MARKETECH APAC*.
- Dewi, L. G. P. S., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia. *SHS Web of Conferences*, 76, 01023. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207601023>
- Dinisari, M. C. (2022). *Jessica Lin, Co Founder Skin Care Whitelab yang Sukses Raih Beragam Penghargaan*. *Bisnis.Com*. <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20220119/265/1490780/jessica-lin-co-founder-skin-care-whitelab-yang-sukses-raih-beragam-penghargaan>
- Elsanti, D. A. (2017). BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP PURCHASE INTENTION (Studi Produk Maybelline di Universitas Brawijaya). *Doctoral Dissertation, Universitas Brawijaya*, 13–14.
- Fachrudin, F. M., & Taufiqurahman, E. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik MS GLOW di Distributor Karawang tahun 2021. *YUME: Journal of Management*, 5(2), 508–524. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.456>
- Fathur Rochman. (2022). *Menggeliatkan ekspor produk kosmetik Tanah Air - ANTARA News*.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS untuk Penelitian Empiris* (2nd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., C. Black, W., J. Babin, B., & E. Anderson, R. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th Edition)* (PDFDrive).pdf.
- Hoeffler, Steve & Keller, K. L. (2003). The Marketing Advantages of Strong Brands. *Journal of Brand Management*, 10(6), 421–445.
- Iskandar T, S. O. (2022). Jurnal IE 2_Pengaruh Customer Review Dan Influencer Endorsement Terhadap Purchase Intention Pada Produk Whitelab Dengan Trust Sebagai Variabel Moderasi. *E-Proceeding of Management*, 9(5), 2824–2830.
- Kotler, P. and G. A. (2014). *Principle Of Marketing* (15th ed.). Pearson Prectice Hall.
- Kotler, P. and K. L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P. and K. L. K. (2016). *Prinsip Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Lea-Greendwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communications E-book*. Wiley.
- Lestari, M., & Wahyono. (2021). The Influence of Celebrity Endorser and Online Promotion on Purchase Decision Throudh Brand Image. *Management Analysis Journal*, 10(2), 198–211.
- Noviyanti, S. (2022). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSER (SEHUN) DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK*

WHITELAB.

- Nurmaisya Budiman, I., & Nurrahmawati. (2017). Hubungan antara Brand Ambassador dengan Brand Image Shampo Pantene (Studi Korelasional pada Mahasiswa Humas Fikom Unpad). *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 126–130.
- Putra, M. I., Suharyono, & Abdillah, Y. (2014). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pengguna LINE di Asia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 12(1), 1–10.
- Rohmah, S. dan K. (2015). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perhiasan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(5), 1–15.
- Royan, F. M. (2004). *Marketing Celebrities "Selebriti Dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. PT. Elex Media Komputindo.
- Rozalia; Rinuastuti, Handayani; Hs, R. (2020). Ketertarikan Konsumen pada Brand Ambassador dan Citra Merek pada Keputusan Pembelian. *Distribusi-Journal of Management and Business*, 8(2), 149–162.
- Schiffman, Leon, & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behavior* (7th ed.). PT Indexs.
- Setiawan, M. (2023). *Siapa Pemilik Whitelab, Omzet Miliaran Rupiah Setahun*. Lintasbabel.INews.Id. <https://lintasbabel.inews.id/read/268081/siapa-pemilik-whitelab-omzet-miliaran-rupiah-setahun/2>
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jilid 1 Ed). Erlangga.
- Simanjuntak, L., & Prihatini, A. E. (2020). Pengaruh Celebrity Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi Kasus Pada Konsumen Wardah Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 276–283. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28080>
- Steriel, W. G., Massie, J. D. D., & Soepono, D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado. *Jurnal EMBA*, 7(4), 3139–3148.
- Sugiarsono, J. (2023). *Deca Group, Gunakan Aneka Kanal Penjualan dan Terus Berinovasi*. Business Champions. <https://swa.co.id/business-champions/deca-group-gunakan-aneka-kanal-penjualan-dan-terus-berinovasi>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Alfabeta.
- Sungadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. CV Andi Offset.
- Whitelab. (2023). <https://www.whitelab.co.id/id/>
- Wirawan, U. (2022). *Throughout 2021, Whitelab Wins 5 Awards*. https://www-beritasatu-com.translate.googleusercontent.com/lifestyle/880579/sepanjang-2021-whitelab-raih-5-penghargaan?_x_tr_sl=id&_x_tr_tl=en&_x_tr_hl=en&_x_tr_pto=sc
- Zhao, X., Lynch Jr, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and Truths About Mediation Analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197–206.