

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Basuki, Agus Tri. Analisis Regresi Dalam Penelitian & Bisnis. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2016.
- Gani, Irwan & Amalia, Siti, 2018. Alat Analisis Data. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2018.
- Insap, Paulus Santosa. Metode Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2018.
- P. Lijan Sinambela, Sinambela Sarton. Metodologi Penelitian Kuantitatif Teoritik dan Praktek. Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2021..
- Sugiono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sangadji, M., & Sopiah. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: C.V Andi Offset. 2013
- Sujarweni, V Wiratna. Metodologi Penelitian. Yogyakarta : Pustaka Baru, Press, 2020.
- Sujarweni, V Wiratna. SPSS untuk Penelitian. Yogyakarta : Pustaka Baru, Press, 2020.

Jurnal

- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 492–503. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3926>
- Analisa. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Personality Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Korea(Aloevera) (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar)”. *Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Personality Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Korea(Aloevera) (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar)*”, 1–16.
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh

Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>

Ardilla Damayanti, Agustina Mutia S.E., ME, Laily Ifazah, S.E., M. S. A. (2024). *Pengaruh citra merek, harga dan religiusitas terhadap keputusan pembelian lipstik pada mahasiswi di kota jambi*. 3(1), 66–88.

Asia, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Scarlett di Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 2(1), 76–90.

Azizah, A. N., Jauhari, A., Sos, S., & Ayuanti, R. N. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Kelengkapan Barang, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Swalayan Berkah Mandiri Mojo Kediri. *Neraca Manajemen, Akuntansi Ekonomi*, 1(5), 81–90.

Basuki, A. T. (n.d.). *Analisis Regresi Dalam Penelitian & Bisnis*. Jakarta PT Rajagrafindo Persada, 2016.

Ekasari, R., & Mandasari, E. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Digital Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Pixy Di Kabupaten Sidoarjo. *Iqtisha Dequity Jurnal Manajemen*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.51804/iej.v4i1.1583>

Gani, Irwan & Amalia, Siti, 2018. (n.d.). *Alat Analisis Data*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Gunawan. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Online Customer Review, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare Somethinc Melalui Marketplace Shopee Indonesia. *Jurnal EMABI: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 1–7. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi>

Hidayat, M. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop DiKotaGresik. *Performa*, 6(4), 360–369. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i4.2558>

- Ilhami, M. D., & Sari, S. D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Iphone Di Kota Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 4(1), 24. <https://jurnal.imsi.or.id/index.php/jmmib/article/view/153>
- Insap, Paulus Santosa. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2018.
- Jacobus, T. S. W., Lumanauw, B., & Ch. Kawet, R. (2022). Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Freshmart Superstore Bahu Manado Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA*, 10(4), 95–105.
- Journal, I., Humanities, O., Adhimursandi, D., Achmad, G. N., & Author, C. (2024). *The Role Of Brand Image and Social Media Marketing On Wardah Skincare Product Purchasing Decisions 1,2,3*. 3(4), 2069–2076.
- Kambali, I., & Syarifah, A. (2020). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Billionaire Store Bandung). *Ejurnal.Poltekpos.Ac.Id*, 10, 1–8. <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/download/731/549>
- Kinski, N., Sari, R. L., & Ruslan, D. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian di E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Juli*, 9(13), 435–443.
- La Pade, A., & Wahyu Prayoga, J. (2023). Subjective Norms Are Not Important for Millennials in Determining Their Interest in Technology: TAM and TPB Models Examines. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 12(2), 143. [https://doi.org/10.21927/10.21927/jesi.2022.12\(2\).162-181](https://doi.org/10.21927/10.21927/jesi.2022.12(2).162-181)
- Lestari, D. C., Trinugraha, H. Y., & Yuhastina. (2023). Konstruksi Kecantikan Mahasiswi Pengguna Skincare Di Universitas Sebelas Maret Surakarta. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 7(2), 2598–9944. <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i2.4587/http>

Marhamah, M., Hildayanti, S. K., & Purnamasari, E. D. (2023). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Klinik Kecantikan di Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran&SDM*,4(3),120–131.

<https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v4i3.1424>

Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476–490. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>

Mohamad, R., Ekonomi, D., Pascasarjana, S., Sultan, I., & Gorontalo, A. (2021). *Roni Mohamad 1 dan Endang Rahim 2. Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah. Endang Rahim 2 Mahasiswa Ekonomi Syariah Pascasarjana IAIN Sultan Amai Gorontalo 2 Ema.* 15–25.

Murniasih, N. N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Produk Skincare Ms Glow di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 140–148. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v5i1.58952>

Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

P. Lijan Sinambela, Sinambela Sarton. Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2021. (n.d.). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Teoritik dan Praktek.*

Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk, P., PROMOSI Benius, D., Iswandiyah Raysharie, P., Brilianti, A., Sari Sirait, D., Putri Lestari, F., Samuel Laurent, J., Anugrahni, M., Riko Imansyah, M., & Lestari, P. (2024). *the Influence of Consumer Behavior on Product*

Purchasing Decisions, Price, and Promotion. 7, 3090–3098.

- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Ulang: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 473–474. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i5>
- Putra, P. E. P., Suartina, I. W., & Pratiwi, K. A. (2023). Analisis Kepuasan Konsumen dalam Memediasi Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen. *WidyaAmrita: Jurnal ...*, 3(9), 1724–1736. <https://ejournal.unhi.ac.id/index.php/widyaamrita/article/view/3834%0Ahttps://ejournal.unhi.ac.id/index.php/widyaamrita/article/download/3834/2154>
- Salmaa, A. S., & Isnaini, E. N. (2022). JEMATANSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi). *Jurnal JEMENTASI (Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi)*, 1(1), 1–6. <https://jurnal.pptq-annaafi.org/index.php/jematansi>
- Sangadji, M. & S. (2013). (n.d.). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sugiono. (n.d.). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sujarweni, V Wiratna. Metodologi Penelitian. Yogyakarta : Pustaka Baru, Press, 2020. (n.d.). *Metodologi Penelitian*.
- Sukmawati, D. A. R., Mathori, M., & Marzuki, A. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 579–599. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.487>
- Tuwaidan, C., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT Daya Kaji Cemerlang. *Productivity*, 3(4), 337–342.
- Waani, N. C., Mangantar, M., & Uhing, Y. (2022). Perbedaan Sikap Konsumen

dalam Keputusan Pembelian Niu Green Tea dan Teh Botol Sosro (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNSRAT). *Emba*, 10(1), 1004–1013.

Wardani, D. S. D., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pengguna Scarlett Whitening). *Jesya*, 5(2), 1148–1160. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.689>

Website

<https://mediaindonesia.com> di akses pada tanggal 27 Desember 2023.

<https://compas.com> di akses pada tanggal 10 Januari 2023.

<https://wardahbeauty.com> di akses pada tanggal 25 Januari 2023.

