

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M., & Aswati, N. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Wajah MS Glow (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Perawatan Wajah MS Glow di Kecamatan Prigen). *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 4(2), 147. <https://doi.org/10.47201/jamin.v4i2.90>
- Amirudin M. Amin, J. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Kopi Kapal Api Di Kota Pekanbaru Amirudin. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2), 97–101.
- Anam, M. S., Agama, I., Negeri, I., Salatiga, I., Agama, I., Negeri, I., Salatiga, I., Agama, I., Negeri, I., Salatiga, I., Rosia, R., Agama, I., Negeri, I., Salatiga, I., & Kunci, K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra (Studi Kasus pada Mahasiswa IAIN Salatiga). 4(1), 120–136.
- 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>
- Armstrong, K. (2018). *Principle Of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Elayanti, Mitariani, I. (2022). Pengaruh brand image, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian ulang konsumen pada produk wardah di kabupaten badung. *Jurnal Emas*, 3, 1–11.
- Erdalina, W., & Evanita, S. (2015). Pengaruh kualitas produk, harga dan iklan televisi terhadap keputusan pembelian produk kosmetik merek citra. *Jurnal Riset Manajemen Bisnis Dan Publik*, 3(1), 1–18.
- Firmansyah, Anang, M. (2019a). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Qiara Media.
- Firmansyah, Anang, M. (2019b). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018b). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Black, W. C. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8 ed). United Kingdom: Cengage Learning.
- Himawan, S. Y., & Harnaji, B. (2021). Pengaruh Iklan, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nivea (Survei pada Mahasiswi Pengguna Produk Nivea di Kota Yogyakarta). *N Prosiding Seminar Nasional deHAP*.
- Image, P. B., Produk, K., Persepsi, D. A. N., Terhadap, H., Pembelian, K., & Konsumen, U. (2022). *Jurnal EMAS*. 3.
- Indrasari, & Meithiana. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.

- Khotimah, K., & Nurtantiono, A. (2021). *Kusnul Khotimah 1)* , Andri Nurtantiono 2).* 4, 1–10.
- Konsumen, P., Di, P., & Depok, K. (2022). *50 UG JURNAL VOL.16 Edisi 06 Juni 2022.* 16, 50–58.
- Kusuma, E. P. (2016). *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22.* Bangka Belitung : Lab Kom Manajemen FE UBB.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019b). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, Philip And Gary Armstrong., 2018., *Principle Of Marketing*, 17e Global Edition, Pearson Education Limited, New York.
- Melati, M., & Septarina, A. A. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett di Kota Unaaha. *Jurnal Ilmiah Dikdaya*, 12(April), 207–216. <https://doi.org/10.33087/dikdaya.v12i1>.
- Moshinsky, M. (1959). No Title. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.
- Nihmatus Solikhah, A., Krishernawan, I., Ekonomi, F., Al-Anwar Mojokerto Fakultas Ekonomi, S., & Al-Anwar Mojokerto, S. (2022). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis.* Juli, 2(2), 154–166.
- Putu Lia Pramesti Anggarani, Anak Agung Putu Agung, N. P. C. D. A. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame. *Jurnal EMAS*, 3.
- Rating, P., Gratis, D. A. N., Terhadap, O., Pembelian, K., & Shopee, P. (2022). *Seminar inovasi manajemen bisnis dan akuntansi 4 pengaruh.* September.
- Rizka Septiyani, Sri Rakhmawati, B. (2019). *Wardah Garnier Olay Revlon L ' oreal Wardah Revlon Viva Sariayu.* 195–209.
- Schiffman, G. L., & Kanuk, L. L. (2018). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). Indeks.
- Septiyani, R., Rakhmawati, S., & Budiasih. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Celebrity Endorser Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Prosiding Seminar Nasional Indonesian R Summit*, 1(1), 195–209.
- Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung : Alfabeta.
- Wiyono, G. (2020). *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 25 & SmartsPLS 3.2.8.* Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Yuliana Tumangger, Akman Daulay, S. B. S. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nibras House Mini Johor Di Kota Medan. *Bonanza*, 2(1), 61–66.