

DAFTAR PUSTAKA

- Aliryanti, W. B., & Roosdhani, M. R. (2024). Pengaruh Perceived Quality, Brand Image dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 13(1), 92–106.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Dema, F. U. H., & Rokhman, N. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Blush On Emina di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis*, 1(2), 213–234.
- Febrinastri, F. (2022). *Hingga Juli 2022, Industri Kosmetik Meningkatkan 83% dan Didominasi UKM*. Suara.Com. https://www.suara.com/pressrelease/2022/09/13/105011/hingga-juli-2022-industri-kosmetik-meningkat-83-dan-didominasi-ukm?utm_source
- Firmansyah, M. . (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25 (9th ed)*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Hair, J. F., Black, Jr, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). Multivariate Data Analysis. In *Pearson New International Edition* (Eighth). Annabel Ainscow.
- Indah, D., Rosa, Afalia, I., & Maulida, Z. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Vaseline (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 83–94.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Musfirowati, H. ita, Hasan, M., Prambudi, U. K., Bairizki, A., Sri, L. A., Wahyudi, S. R. D., Butarbutar, M., Nupus, H., Hasbi, I., Elvera, & Triwardhani, D. (2021). *Perilaku Konsumen* (Vol. 5). Widina Bhakti

Persada Bandung.

Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Manajemen* (15th ed.). Harlow, ex person education limited.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited.

Rahmatia, Hamida, L. O., & Hakim, A. (2022). Pengaruh Promosi Media Sosial dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 4(3), 284–289. <https://doi.org/10.55768/jrmi.v4i3.140>

Rejeki, L. S., & Sabardini, S. E. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador , Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Scarlett pada Masyarakat di Yogyakarta*. 4(2), 65–74.

Sholihah, Siti Mir'atus Wahyuhastuti, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Implora Di Kota Semarang. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(2), 206–217.

Sipahutar, A. W. G. R., Surbakti, E. Y., & Hasibuan, A. S. (2023). Keputusan Pembelian Skincare Somethinc (Studi Kasus Kasus Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 5(1), 93–99.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Kedua). Alfabeta.

Sulistyawati, B. S., Istiqomah, F. N., Mustofa, H., Diski, K. M., Melati, N. V. S., & Rahadhini, M. D. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Kasus Konsumen Wardah Cosmetics Surakarta. *Jambura*, 6(2), 770–778. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>

Utami, D. I., & Hidayah, N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualiatas Produk, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 102–111. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.159>

Wiyono, G. (2020). *Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat Analisis SPSS 25 &*

SmartPLS 3.2.8. 2nd ed. UPP STIM YKPN.

Yasmin, D., & Pratomo, T. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 10(2), 1152–1161.