

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, P. Y. (2023). *Keputusan Pembelian (Tinjauan Melalui Bauran Promosi)* (D. Nia (ed.)). Adanu Abimata.
- Ananta, F. R. U., & Dyah, P. Z. I. (2023). *Analisis Keputusan Pembelian* (Afipah (ed.)). Ruang Karya.
- Arif, F., Maria, V. R., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. Budi Utama.
- Azizah, R. C. N., Hendra, J., & Tumini, T. (2024). Pengaruh Viral Marketing, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Serum Wajah Implora (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Panca Marga). *JUMAD : Journal Management, Accounting, & Digital Business*, 2(1), 51–60. <https://doi.org/10.51747/jumad.v2i1.1526>
- Beno, J., Silen, A. ., & Yanti, M. (2022). Pengaruh Kualitas dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Chandra, W., Iin, S., & Nida, F. U. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Terhadap Jasa Ojek Online*. Literasi Nusantara Abadi.
- Ekon.go.id. (2024). *Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung->
- Fatimah, H. N., & Nurtantiono, A. (2022). The Influence of Brand Image, Promotion, Price, and Service Quality on Purchase Decisions (Shopee Application Users). *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(1), 106–133.
- Geraldine, Y. M. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Media Sosial Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Brand Wardah. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 71–82. <https://doi.org/10.46918/point.v3i1.880>
- Geybi Friska, R. J., & F, O. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline*. 3(5), 465–475.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guntara, Yasid, & Rummyeni. (2023). *Strategi Komunikasi Dinas Pengendalian Penduduk Keluarga Berencana Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kabupaten Kampar Menuju Kota Layak Anak Tingkat Utama*. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial*

- Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage Publishing.
- Hananto, D. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ*, 1(1), 1–10. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit>
- Handini, P. D., Fauzi, R. U. A., & Setiawan, H. (2023). Pengaruh Iklan Online, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Implora. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA)* 5.
- Honolulu. (2012). Global Conference On Business And Finance Proceedings. In *Global Conference on Business & Finance Proceedings* (Vol. 7, Issue 1).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kristin, H. E., Erwin, S., & Rike, K. (2023). *E-JOURNAL*. 02(03), 1–10.
- Lorinda, I. P., & Amron, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Iklan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Mbia*, 22(1), 53–64. <https://doi.org/10.33557/mbia.v22i1.2238>
- Marpaung, F. K., Arnold, M. W., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen, LMII Medan*, 7(1), 49–64. <http://ejournal.lmiimedan.net>
- Melani, Marhumi, & Wulandari, T. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Implora Urban Lip Cream Matte di Toko Paris Cosmetics Cikampek-Karawang. *Jurnal Bisnis*, 12(1), 35–52. <https://doi.org/10.62739/jb.v12i1.63>
- Moha, N. A., Mokodompit, W. S., Anu, Z. S., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2023). Analisis Pengaruh Likuiditas Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah Dan Bank Konvensional Periode 2018-2022. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Juli, 2023*(14), 553–562. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8180371>
- Muhamad, N. (2024). *10 Merek Lipstik Lokal Terlaris di Shopee Juni 2024*. <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/66c592ee1cc57/10-merek-lipstik-lokal-terlaris-di-shopee-juni-2024>
- Mulianingsih, S., Hutajulu, D., & Dzakira, R. (2023). Pengaruh Celebrity Endorsement, Minat Beli Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Implora. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(6), 176–184. <https://doi.org/10.56127/jukim.v2i6.1179>
- Ngabiso, F., Radji, D. L., & Kango, U. (2021). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek

- (Brand Loyalty) Pada Produk Implora. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.37479/jimb.v4i1.10453>
- Nisa, H., & Rifani, J. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk dan harga Terhadap Keputusan Pembelian lipstik Implora Lipcream (Studi Kasus Pada Mahasiswa D3 STIA Amuntai)*. 104–109.
- Nugroho, A. S., & Haritanto, W. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif dengan Pendekatan Statistika*. https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Penelitian_Kuantitatif_Dengan_Pen/8H6REAAAQBAJ?hl=jv&gbpv=1
- Pahmi. (2024). *Kualitas Produk dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat* (p. 7). Nas Media Pustaka.
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 150–160. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.473>
- Purwita Sari, M., Aulia Rachman, L., Ronaldi, D., & F Sanjaya, V. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Impora. *Enterpreneur Dan Bisnis (JEBI)*, 1(2), 122–129.
- Rahmadani, S., Rosmanely, & Nurliyah. (2022). *Citra Merek (Brand Image) dan Keputusan Pasien Memilih Layanan Kesehatan* (p. 22). CV. Feniks Muda Sejahtera. https://www.google.co.id/books/edition/Citra_Merek_Brand_Image_Dan_Keputusan_Pa/U7mbEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=citra+merek&pg=PA21&printsec=frontcover
- Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10, 1–20.
- Rumengan, G. (2022). Pengaruh persepsi harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk smartphone oppo di manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 40. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.39386>
- Selvia, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). the Effect of Price and Product Quality on the Purchase Decision of Scarlett Whitening Products on Students of the Faculty of Economics and Business Sam Ratulangi Manado University. *Emba*, 10(4), 320–330.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.)). Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran* (1st ed.). Andi Offset.
- Wahyono, F. N., & Saputra, R. A. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi Dan*

Manajemen Tri Bisnis, 5(2), 270–281.

Waruwu, K., Yunita, M., Yudhira, A., & Tampubolon, D. (2021). Pengaruh Harga Produk dan Promosi Produk Skintific. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(2), 394–404. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v9i2.314>

Wowor, C. A. S., Lumanauw, B., & Ogi, I. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian produk Implora. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1058–1068.

Yuliana, S., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , Kualitas Layanan Abstrak. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(c), 559–573. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1772>

Zalfachita. (2024). Pengaruh Harga, word of mouth , dan brand trust terhadap keputusan pembelian produk implora cosmetics (studi pada mahasiswa stiesia surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(1), 1–19.