

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, I. G. G., & Yasa, N. N. K. (2024). *Niat Beli Ulang : Persepsi Harga, Brand Image, Dan Kualitas Produk*. PT. Media Pustaka Indo.
- Al-Ayubi, S., Rizqi, H. A., & Sijabat, R. (2024). Pengaruh Lifestyle dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Iphone melalui Citra Merek sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Generasi Z). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(6), 838–856.
- Anggraini, N., Barkah, Q., & Hartini, T. (2020). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Produk Rabbani Di Palembang. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 4(1), 26. <https://doi.org/10.31851/neraca.v4i1.4176>
- Anugrah, L. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Dimediasi Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Di Shopee (Studi Pada Konsumen Merk The Originote Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Anuraga, G., Indrasetianingsih, A., & Athoillah, M. (2021). Pelatihan Pengujian Hipotesis Statistika Dasar Dengan Software R. *Jurnal Budimas*, 03.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Ariani, H. M., Hadiyatno, D., & Dr. H. Hairul Anam, S. E. M. M. (2024). *Metodologi Penelitian: Langkah Mudah Menulis Skripsi dan Tesis*. PT. RajaGrafindo Persada - Rajawali Pers. <https://books.google.co.id/books?id=eOMNEQAAQBAJ>
- Asman, N. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis (Pedoman Memulai Bisnis Era Revolusi Industri 4.0)* (Kodri, Ed.). Penerbit Adab.
- Azhari, R. D., & Fachry, F. M. (2020). *Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Batik Karawang Di Ramayana Mall, Karawang*.
- Cahyaningtyas, C. A., & Budiarti, A. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Dimediasi Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Masker Camille Di Shopee*.
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach for structural equation modeling. in G. A. Marcoulides (Ed), *Modern methods for business research* (pp.) 295-236. *London: Lawrence Erlbaum Associates*.
- compas.co.id. (2022). *Produk Kecantikan Tembus Transaksi Rp210 Miliar, Brand Lokal Terfavorit*.

- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian online pada aplikasi shopee di wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(1), 15–30.
- databoks. (2022). *Kebanyakan Perempuan Indonesia Lebih Suka Pakai Kosmetik Lokal*.
- Djaali. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (B. S. Fatmawati, Ed.). Bumi Aksara.
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Evi, T., & Rachbini, W. (2023). *Partial Least Squares (Teori Dan Praktek)*. CV. AA. Rizky. <https://books.google.co.id/books?id=SnfYEAAAQBAJ>
- Fadilla, Z., Muhammad, P., Penerbit, Z., Zaini, M., & Lawang, K. A. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. <https://www.researchgate.net/publication/370561251>
- Fenny, K., Marpaung, M., Willy, A. S., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada PT. Alamjaya Wirasantosa Kabanjahe* (Vol. 7, Issue 1). <http://ejournal.lmiimedan.net>
- Firmando, O., Novita, D., & Ahluwalia, L. (2021). Analisis Pengaruh Saluran Distribusi dan Promosi pada Keputusan Pembelian Produk (Survey pada Konsumen PT Inti Bharu Mas Lampung). *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 1(1), 31–37.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris Edisi 3*. Badan Penerbit - Undip.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Concepts, Techniques and Applications using SmartPLS 3*. Diponegoro University.
- Hair, J. F., Hult, T. M., & Ringle, C. M. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Alam Springer. <http://www>.
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Trussmedia Grafika.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 31–38.
- Hendrayani, E., Ningsih, A., Triani, M., & Arief, M. L. (2022). Brand Image Sebagai Mediasi Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pondok Raos Di Kota Solok. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 17(1), 69–73.

- Hendriyanto, Hatta, I. H., & Ateniyanti. (2023). Analisis Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Pengguna Sepatu Ventela di Wilayah Cilandak, Jakarta Selatan). *JIMP: Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 3(2), 147–156.
- Indah, R. D., 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. <https://doi.org/10.33059/jseb.v11i1.1983>
- Irmayanti, S., & Annisa, I. T. (2023). Peran Mediasi Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Lokal pada Wanita Urban The Role of Brand Image Mediation on Purchase Decisions for Local Brand Cosmetics in Urban Women. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 4(1), 106–116. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v4i1.1774>
- Islamiah, F., Rusmiati, R., & Adawiah, R. (2023). Peran Citra Merek Sebagai Mediasi Pada Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 25(3), 472–479.
- Kurniawan, A., Sofyanty, D., Yusuf, F., & Syarief, F. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Sepatu Bata Di DKI Jakarta. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(2).
- Kusuma, T. A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Kepada Word Of Mouth Communication Pengguna Mobil Daihatsu Ayla Di Wilayah Jakarta. *Journal Management*.
- Lestari, S. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Beras Merek Kingkong*.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen YOU Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476–490.
- Maulana, A., & Lestariningsih, M. (2022). Pengaruh Harga, Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Mawardy, R. N., Lestari, W. D., Manajemen, P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Analisis Pengaruh Product Quality Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Gacoan Di Surakarta). In *Jurnal Bisnis dan Manajemen* (Vol. 3, Issue Mei).

- Melati, T. A., Rachbini, D. J., & Rekarti, E. (2021). The Role Of Brand Image In Mediating The Effect Of Product Quality, Service and Price On Purchase Interrst. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(3). <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i3>
- Miati, I., Yppt, S., & Tasikmalaya, P. (2020). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar)*. 1(2), 71–83. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Mukhlis, M., & Budiarti, A. (2022a). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Yang Dimediasi Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *ECOTECHNOPRENEUR: Journal Economics, Technology And Entrepreneur*, 1(01), 82–99. <https://doi.org/10.62668/ecotechnopreneur.v1i01.51>
- Mukhlis, M., & Budiarti, A. (2022b). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Yang Dimediasi Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *ECOTECHNOPRENEUR: Journal Economics, Technology And Entrepreneur*, 1(01), 82–99. <https://doi.org/10.62668/ecotechnopreneur.v1i01.51>
- Nabila, N. A., Putra, S. S., & Digidowiseiso, K. (2023). The Influence Of Product Quality, Price And Promotion On Purchasing Decisions For Nu Greantea Drinks. *Journal of Economic, Business and Accounting*.
- Ningsi, W. P. W., & Ekowati, S. (2021). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*.
- Nuralifah, E. A., Maula, A. A., & Yusuf, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Clay Mask Skintific (Survei Pada Pengguna Clay Mask Skintific di Marketplace Shopee). *Jurnal Ekobistek*, 13(2), 48–53. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v13i2.789>
- Nurhalim, A. D. (2020). *Pengaruh Brand Image Gojek Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Covid-19 Konsumen Karawaci Tegal Baru Tangerang)*. 9(1), 17–29.
- Nurhayati. (2023). *Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen*.
- Oktavia Cahayani, C., & Sutar. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Brand Image dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Aldo Shoes*. <http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/ekobis208>
- Pamungkas, G. A., & Ratmono, R. (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek, Preferensi Merek Dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Zoya Di Kalangan Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Di IAIN Metro). *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 1(3), 595–611.

- Permatasari, B., & Maryana, S. (2021). Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung). *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 4(2), 62–69.
- Pertiwi, E. S. S., & Pradhanawati, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswi S1 Aktif Fisip UNDIP). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 288–297.
- Pradnyana, I. B. P., & Suryanata, I. G. N. P. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Brand Image grab Dengan Kepuasan Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(1), 82. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i01.p05>
- Purwanza, S. W., Wardhana, A., Mufidah, A., Renggo, Y. R., Setiawan, J., & Darwin. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi* (A. Munandar, Ed.). CV. Media Sains Indonesia.
- Puspita, A. D., Desrianti, D., Amania, N. A., & Permana, E. (2020). Strategi Pemasaran Digital Scarlett Whitening. In *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi* (Issue 8). <http://ejournal.unikama.ac.idHal|180>
- Putri, N. T. (2022). *Manajemen kualitas produk dan jasa*. Andalas University Press.
- Raida, A. S. (2023). *Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador Girl Grup Twice, Citra merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Scarlett Whitening Pada Mahasiswa FEB Universitas Nasional*.
- Ramli, M. I., Rosanti, N., & Verawaty. (2024). Pengaruh Brand Ambassador dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bearl Cosmetic Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Study Pada PT. Mutiara Erly Sejahtera Agen Abd Dg Sirua). *Jurnal Sains Manajemen Nitro*, 3(1), 45–55. <https://doi.org/10.56858/jsmn.v3i1.259>
- Ristanti, A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen nature Republic di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8.
- Riswandani, A., & Mahargiono, P. B. (2023). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Kopi Kenangan Cabang Manukan, Surabaya)*.
- Rosmaniar, A., Mauliddah, N., & Prahesti, D. H. (2022). Apakah brand image memediasi pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk hijab merk lokal. In *Keuangan dan Manajemen* (Vol. 18, Issue 3).

- Rosnita, M., Widarko, A., & Wahono, B. (2021). *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Kedai Pesen Kopi Di Kota Malang)*. www.fe.unisma.ac.id
- Sahara, N. I., & Prakoso, F. A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada (Studi di Wilayah Jakarta Selatan)*.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati, Ed.). Penerbit KBM Indonesia.
- Shafitry, M. A., & Octaviani, D. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk Dan E-Wom Dengan Brand Image Sebagai Mediasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Realme Di Kota Pontianak*.
- Sihombing, L. A., Suharno, S., Kuleh, K., & Hidayati, T. (2023). The Effect of Price and Product Quality on Consumer Purchasing Decisions through Brand Image. *International Journal of Finance, Economics and Business*, 2(1), 44–60. <https://doi.org/10.56225/ijfeb.v2i1.170>
- Sihombing, P. R., Arsani, A. M., Oktaviani, M., & Wijaya, L. (2024). *Aplikasi SmartPLS 4.0 Untuk Statistisi Pemula* (I. Marzuki, Ed.). Minhaj Pustaka. <https://www.researchgate.net/publication/384695683>
- Sinaga, R. P. Y., & Hutapea, J. Y. (2022). *Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Review Product Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Wardah Pada Mahasiswa UNAI*.
- Siwu, M. R., Tampi, J. R. E., & Punuindoong, A. Y. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bentenan Center Sonder Minahasa* (Vol. 3, Issue 6).
- Sriwendiah, S., Meirista, D., & Herlangga, A. (2024). *Strategi Terbaru Untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Brand Image* (Nurhaeni, Ed.). CV. Mega Press Nusantara.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Anggota Ikatan Penerbit Indonesia.
- Sukmawati, D. A. R., Mathori, M., & Marzuki, A. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc (Studi pada Konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta). In *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Wiya Wiwaha* (Vol. 2, Issue 2).
- Suryantari, N. L. P. P., & Respati, N. N. R. R. (2021). *Peran Brand Image Dalam Memediasi Hubungan Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Dengan Keputusan Pembelian*.

- Suwardi, & Berliana, R. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Vans*. 1(5).
- Syafulloh, D., Widagdo, S., & Amin, S. (2021a). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening. In *Jurnal Manajemen Bisnis dan Manajemen Informatika* (Vol. 2, Issue 2). www.jurnal.stie-mandala.ac.id
- Syafulloh, D., Widagdo, S., & Amin, S. (2021b). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening. In *Jurnal Manajemen Bisnis dan Manajemen Informatika* (Vol. 2, Issue 2). www.jurnal.stie-mandala.ac.id
- Syauki, W. R., & Avina, D. A. A. (2020). Persepsi dan preferensi penggunaan skincare pada perempuan milenial dalam perspektif komunikasi pemasaran. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 4(2).
- Tanjung, A. (2020). Pengaruh store atmosphere, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 5(03), 1–18.
- Veronika, J., & Hikmah, H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Tempe Di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Triangle*, 1(2), 210–223.
- Wangsa, I. N. W. W., Bayu Rahanatha, G., Nyoman Kerti Yasa dan Made Dana, N. I., Wangsa, I. N., Rahanatha, G. B., K Yasa, N. N., & Dana, I. M. (2022). *Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Word of Mouth Elektronik dan Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Bukalapak di Kota Denpasar)* (Vol. 7, Issue 2). www.eJbmr.orgDOI:http://dx.doi.org/10.24018/
- Widiastiti, N. M. G., Yasa, N. N. K., & Rahanata, G. B. (2020). The Role of Brand Image In Mediating The Relationship of Product Quality And Price Fairness With Purchase Decision (A Case Study of the iPhone Product in Denpasar City). In *SSRG International Journal of Economics and Management Studies (SSRG-IJEMS)* (Vol. 7). www.internationaljournalsssrg.org
- Yahya, M. Z., & Sukandi, P. (2022). *Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pengguna Marketplace Shopee Masyarakat Kota Bandung)*. 20(1).
- Yuriananda, A. V., & Mahargiono, P. B. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Dan kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa STIESIA. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 12(4).