

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, L., Yanuar, F. , & Devianto, D. (2019). *Uji Validitas Dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang*. Jurnal Matematika Unand.
- Ananda, Dea, Divia, Wohono, Budi, Dianawati, & Eris. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Skincare*.
- Anggraini, N. P., & Suryoko, S. (2018). *Pengaruh Labelisasi Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Kosmetik Sariayu Di Kota Semarang)*.
- Apriani, A. R. (2022). *Pengaruh Kompetensi Kerja, Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kompensasi Kerja Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Pt Sun Star Prima Motor Tajur)*.
- Apriliani, D., Arimbawa, I. G., & Wulandari, A. (2020). *How Youtube Beauty Vlogger Review, Self Congruity And Price Perception Influence Impulse Buying And The Impact On Repurchase Intention (Case Study At Teenager Users Of Emina Cosmetics In Surabaya)*. Quantitative Economics And Management Studies, 1(1). <https://doi.org/10.35877/454ri.Qems1175>
- Apriliya, A. G. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen Produk Sariayu Martha Tilaar Di Outket Sariayu Kota Malang)*.
- Asman Nasir. (2021). *Studi Kelayakan Bisnis*.
- Bafadhal Samira Aniesa. (2020). *Pemasaran Pasivisata*.
- Bagus, I., Darmajaya, D., Gede, T., & Sukawati, R. (2018). *Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. 7(12), 6391–6419. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2018.V7.I12.P1>
- Bancin Budiman John. (2021). *Citra Merek Dan Word Of Mouth*.

- Basu Swastha, & Hani Handoko. (2018). *Manajemen Perusahaan Analisa Perilaku Konsumen*.
- Candra Gunawan, A., & Susanti Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, F. (N.D.). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang*.
- Debby Bela Anggraen. (2021). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Emina Bright Stuff*.
- Evi Melpiana, & Ajat Sudarajat. (2022). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow Beauty* .
- Fadilla Ramadhanti, N. (2022). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lipstick Wardah (Survei Pada Mahasiswi Program Studi Manajemen Universitas Perjuangan Tasikmalaya). *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(6).
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Pasuruan: Penerbit Qiara Media. Penerbit Qiara Media.
- Fitri Andriani, N., & Hendra Setiawan, A. (N.D.). *Diponegoro Journal Of Economics Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Penggunaan Produk Skincare Korea Selatan Dan Lokal*.  
<https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dje>
- Ghozali Imam. (2018). Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gito Sudarmo. (2018). *Terhadap Keputusan Pembelian Pada Steak*. In *Promosi*.
- Hafizh, M., 1\*, R., Bagus, I., Udayana, N., & Maharani, B. D. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. (In Online) *Jurnal Manajemen (Vol. 14, Issue 2)*.
- Hair, J. F. , J. J., S. M. , & Ringle, C. M. (2019). *When To Use And How To Report The Results Of Pls-Sem*. European Business Review.
- Hamid, R. S. , & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (Sem) Berbasis Varian: Konsep Dasar Dan Aplikasi Dengan Program Smartpls 3.2.8 Dalam Riset Bisnis*. PT. Inkubator Penulis Indonesia.

- Hardani, & Dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Cv.Pustaka Ilmu Grup.
- Humaidi Sukmana. (2018). *Pengaruh Persepsi Risiko, Variasi, Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Sikap Konsumen* (Studi Kasus Konsumen Pakaian Bekas Karang Sukun Mataram).
- Ipan Hilmawan. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Elektronik Rekaman*.
- Janna, Miftahul, & Nilda. (2021). *Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas dengan Menggunakan Spss*.
- Kafabih, R. A., & Safitri, W. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Smartphone Advan Di Cikarang, Bekasi*.
- Kalangi, Junni, Natalia, Tamengkel, Lucky, Walangitan, & Olivia. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Karim, R. (2021). *Definisi Operasional: Tujuan, Manfaat Dan Cara Membuat*. DEEPUBLISH.
- Khuong, M. N. , & Tran, N. T. H. (2018). The Impacts Of Product Packaging Elements On Brand Image And Purchase Intention — An Empirical Study Of Phuc Long’s Packaged Tea Products. *International Journal Of Trade, Economics And Finance*.
- Kotler, & Armstrongs. (2016). *Principles Of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited.
- Laura, N. , & Siringo Ringo, S. N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Management And Business Review*, 258–284.
- M.Nur Kamila Amrullah, & Asri Laksmi Riani. (2018). *Prospektif Kepemimpinan Pelayanan Dan Budaya Organisasi Dalam Mewujudkan Birokrasi Pertanahan Yang Berkinerja* (Studi Di Kantor Pertanahan Kabupaten Madiun).

- Mudzakir, F. (2018). *The Influence Of Brand Ambassador Usage Toward Brand Image Of Oppo*.
- Purwaningsih, I., & Munir Rachman, M. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Wom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina*.
- Purwanto, Agus, Asbari, Masduki, Santoso, Budi, & Prayono. (2019). *Pengaruh Kompetensi, Motivasi, Kepemimpinan, Komitmen Dan Budaya Kerja Sistem Manajemen Integrasi Iso 9001, Iso 14000 Dan Iso 45001 Pada Industri Otomotif*.
- Puspitasari R. (2019). *Kerangka Teori Dalam Penelitian*.
- Putri Dwi Cahyani, Indah Ita Sari, & Bakas Anja Lingga. (2023). *Pengaruh Ekuitas Merek, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Mahasiswi Prodi Manajemen Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa)*. 142–153.
- Raditya, B. , Y. L. N. , & Krisnatuti, D. (N.D.) (2019). *Analysis Of The Effect Of Brand Image, Product Quality And After-Sales Service On Repurchase Decision Of Samsung Smartphones*.
- Rianto, Y. P. A. (2018). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelianpakaian Merek Anyway Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 119–129.
- Saharani, A., & Indayani, L. (2023). *The Influence Of Product Quality, Price And Promotion On Purchase Decisions Of Cosmetic Products In Sidoarjo*. *Indonesian Journal Of Innovation Studies*, 21. <https://doi.org/10.21070/Ijins.V21i.778>
- Sanjiwani, N. M. D. , & Suasana, I. G. A. K. G. (2019). *Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6721–6740.
- Saragi, V. S., Dosen, S., & Unsurya, M. (2023). *Faktor Analisis Yang Mempengaruhi Produktivitas Kerja Karyawan Pt Bank Cental Asia, Tbk Dengan Pendekatan Metode Partial Least Square (Pls)*. *In Jurnal Ilmiah M-Progress (Vol. 13, Issue 1)*.

- Sari Dewi, L. G. P., Edyanto, N. , & Siagian, H. (2020). *The Effect Of Brand Ambassador, Brand Image, And Brand Awareness On Purchase Decision Of Pantene Shampoo In Surabaya, Indonesia*. Shs Web Of Conferences, 76, 01023. Shs Web Of Conferences, 76, 01023.
- Sari, J. A., Welsa, H., Ningrum, N. K., Universitas, F. E., & Tamansiswa, S. (N.D.). *Pengaruh Sikap Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi*. <https://Ejournal2.Pnp.Ac.Id/Index.Php/Jipb>
- Setiawan, S. (2020). Setiawan, S. (2020). *Analisa Parsial Model Persamaan Struktural Dengan Software Smart-Pls Versi 3*. Ppni Qatar.
- Sintya, E., Pertiwi, 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).
- Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, P., Yusuf Budianto, A., & Puji Suci, R. (N.D.). *The 2 Nd Widyagama National Conference On Economics And Business (Wnceb 2021) Universitas Widyagama Malang Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merk Sebagai Variabel Intervening*. <http://Publishing-Widyagama.Ac.Id/Ejournal-V2/Index.Php/Wnceb>
- Sudarma Gito. (2021). *Pembenaran Awal Dari Keputusan Pembelian “Keputusan Pembelian Konsumen Adalah Untuk Memperoleh Merek Yang Paling Disukai, Tetapi Dua Elemen Bisa Ada Antara Niat Membeli Dan Keputusan Pembelian.”* .
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Cv Alfabeta. (CV ALFABETA.).
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*. (ALFABETA).
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. (ALFABETA).
- Supriyadi, M. E., Chisca Anggraeni, T., Ramadhan, I. C., & Purwanto, I. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Kosmetik Emina Di Bekasi*.

Yunefa, A., Sabardini, E., Tinggi, S., Manajemen, I., & -Indonesia, Y. (2020).  
*Cakrawangsa Bisnis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Iklan Terhadap  
Keputusan Pembelian Produk Lipstik Emina Di Yogyakarta* (Vol. 1, Issue 2).

