

## DAFTAR PUSTAKA

- Amin, Z. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kuota Internet Telkomsel (Studi pada mahasiswa di UIN SUSKA Riau). (Disertasi Program Studi Manajemen. Universitas Islam Negeri SUSKA Riau 2020). Diunduh dari <http://repository.uin-suska.ac.id/30046/>, pada 13 Maert 2023.
- Amir Mahmud, P. (2021). Citra Merek, Presepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi* 4(1) (2021) | 1. *PARADOKS Jurnal Ilmu Ekonomi*, 4(1).
- Apriyani M., Tinneke M. T., & Olivia C. W. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Scarlett Whitening pada Platform Digital. In *Productivity* (Vol. 2, Issue 4).
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Azahari, A. & Hakim, L. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Unrika*. <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/JMOB/index>. (Vol. 1, Issue 4).
- Chaerudin, S. M., & Afriapoll S. (2021). Kualitas Produk Kualitas Layanan Harga Terhadap Produk Keputusan Pembelian Atas Kepuasan Konsumen. *Jurnal Pajak & Akuntansi Internasional Ilomata (IJTC)*. 2, 61–70. <https://www.ilomata.org/index.php/ijtc>
- Dam, S. M., & Dam, T. C. (2021a). Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 585–593. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0585>
- Diputra, I. G. A. W. & Yasa, N. N. (2021). The Influence of Product Quality, Brand Image, Brand Trust on Customer Satisfaction and Loyalty. *American International Journal of Business Management (AIJBM)*. <http://www.aijbm.com/>
- Fatmaningrum, S. A., Susanto, S., & Fadhilah, M. (2020b). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(1). <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp176>

- Firmansyah, A. (2019). Pemasaran produk dan merek (planning & strategy). Pasuruan: Penerbit Qiara Media.
- Guntari, D., & Halim, P. A. (2021). Pengaruh Kualitas dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada Produk Envygreen *Skincare*). *Jurnal E-Bis*. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v5i2.668>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (new int. ed.). Harlow: Pearson Education.
- Hertandri, T. P., & Gunadi, W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil All New Rio Kia Motors Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsuraya*, 1.
- Keller, K. L. & Swaminathan, V. (2020). *Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity*. New York: Pearson.
- Khoironi, T. A., Syah, H. & Dongoran, P. (2018). Kualitas Produk Citra Merek dan Harga Untuk Meningkatkan Dampak Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Tinjauan Internasional Manajemen dan Pemasaran*, 8(3), 2146-4405  
[www.econjournals.com](http://www.econjournals.com)
- Kotler P., & Kevin L. K. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 14, Global Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lesmana, R., & Dara Ayu, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah PT Paragon Tehnology And Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 59.  
<https://doi.org/10.32493/jpkpk.v2i3.2830>
- Luthfia, Z. & Maya, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada MSGLOW *Skincare*. In *Strategic: Journal of Management Sciences* (Vol. 2, Issue 2).  
<http://jurnal.stiesultanagung.ac.id/index.php/strategic>
- Maiza, F., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2022). Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Nazurah Hijab Di Kubang Tungkek Kabupaten Lima Puluh Kota. *JUNI*, 4(2), 375–386.
- Mukhtazar, M. P. (2020). *Prosedur Penelitian Pendidikan*. Absolute Media.
- Maula, E. R. (2017). Kosmetik Antipolusi Kosmetik Zaman Now. *Majalah Farmasetika*, Vol.2.

- Noor, N. M., Muhamad, N. J., Sahabudin, N. A., & Mustafa, Z. (2018). Development of Skin Care Routine Support System. *Advanced Science Letters*, 24(10), 7830–7833. <https://doi.org/10.1166/asl.2018.13026>
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi penelitian sosial*. Media Sahabat Cendekia.
- Sinaga, R. P. Y. & Hutapea, J. Y. (2022). Pengaruh Brand Image Harga Dan Review Product Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Wardah Pada Mahasiswa UNAI. *ITELEKTIVA*, Vol 3 (2686-5661).
- Putu, I. A., Savitri, D., & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Niat Beli Ulang. 7(10), 5748–5782. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i10.p19>
- Ramadhani, N. U., Wibawa, B. M., & Gunawan, J. (2019). Analisis Sikap Konsumen Perempuan terhadap Produk Green *Skincare*: Pendekatan Multiatribut Fishbein. *Jurnal Sains Dan Seni ITS (E-Journal)*. <https://doi.org/10.12962/j23373520.v8i1.41624>
- Rahmawaty, A. (2020). Peran Perawatan Kulit (*Skincare*) Yang Dapat Merawat Atau Merusak Skin Barrier. *BIMFI: Berkala Ilmiah Mahasiswa Farmasi Indonesia*, 7(1), 005–010. <https://doi.org/10.48177/bimfi.v7i1.32>
- Ristanti, A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di Surabaya. *JIM (Jurnal Ilmu Manajemen)*, 8(3), 1026. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p1026-1037>
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Sichtmann, C., Diamantopoulos, A. (2013), Dampak dari brand globalness yang dirasakan, brand origin image, dan brand origin-extension fit pada kesuksesan brand extension. *Jurnal Akademi Ilmu Pemasaran*, 41, 567-585
- Subhanallah, M. R. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Miniso Yogyakarta (Disertasi Program Sarjana Universitas Negeri Yogyakarta, 2019). Diunduh dari [http://eprints.uny.ac.id/65419/1/MuhammadRafaSubhannallah\\_15808144002.pdf](http://eprints.uny.ac.id/65419/1/MuhammadRafaSubhannallah_15808144002.pdf). Pada tanggal 15 Maret 2023
- Sugiyono, S. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif Dan R&D*. Bandung: Cv. Alfabeta.
- Sugiyono, T. (2018). *Metode Penelitian Evaluasi (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi)*. Bandung: Alfabeta.

- Taufiqah, R., & Yogi Sari, O. (2023 ). Pengaruh Inovasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Lokal Produk Serum Scarlett Whitening. *Cakrawala Repositori IMWI*, 6(1), 336–347. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i1.248>
- Talopod, R. V., Tampi, R. J. & Mukuan, D. D. (2020). Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* dan Kosmetik the Body Shop Manado Town Square. (Vol. 1, Issue 3).
- Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2020). Strategi pemasaran: prinsip dan penerapan. Yogyakarta: Andi.
- Wibisono, E. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ud. Rizky Barokah Di Balongbendo. (Disertasi Program Sarjana Universitas Bhayangkara Surabaya, 2019). Diunduh dari <http://eprints.ubhara.ac.id/511/>, pada tanggal 10 Maret 2023.
- Wijaya, Toni. (2018). Manajemen kualitas jasa. Jakarta : Indeks.
- Wiyono, G. (2020). *Merancang penelitian bisnis dengan alat analisis SPSS 25 & SMARTPLS 3.2. 8.*
- Zuraidah, Z., Nesma, A., & Putri, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skin Care. *Istithmar*. <https://doi.org/10.30762/itr.v4i2.2673>