

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2019). *Analisis Regresi (Teori, Kasus dan Solusi)*. BPFE Yogyakarta.
- Aloysius, S., & Salvia, N. (2021). Analisis Kesehatan Mental Mahasiswa Perguruan Tinggi X Pada Awal Terjangkitnya Covid-19 di Indonesia. *Jurnal Citizenship Virtues*, 1(2), 83–97. <https://doi.org/10.37640/jcv.v1i2.962>
- Amanda, R. V. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Minat Beli Pembelian Roller Merek Geroll (Studi Kasus Pada Konsumen Pt. Wahana Karya Sukses). In *Skripsi*. Universitas Buddhi Dharma Tangerang.
- Andriasari, S. (2021). Kajian Sistem Informasi Akademik Untuk Efektivitas Dan Pengembangan Menggunakan Sem Dan Amos Studi Kasus Amik Lampung Bandar Lampung. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1(7), 327–334.
- Aulia, N. D., Saryadi, & Purbawati, D. (2023). Pengaruh Harga Dan E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Reddoorz Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 203–209.
- Aulia, R. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediator Pada Klinik Kecantikan London Beauty Center. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 90–101.
- Chandra, S. J., & Santoso, T. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Purchase Intention Masyarakat Dalam Membeli Produk kecantikan Melalui Behavioral Intention to Use pada Aplikasi Socobysociolla. *Agora*, 10(2), 1–8.
- Dani Haris. (2019). Kualitas Dan Desain Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Baju Dagadu Yogyakarta). *At-Tasyri': Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah*, 11(1), 21–41. <https://doi.org/10.47498/tasyri.v11i1.277>
- Databoks. (2021). *Industri Kosmetik Tumbuh 5,59 Persen, Ini Merek Perawatan Tubuh Terlaris pada Agustus 2021*. Databoks.

- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/05/industri-kosmetik-tumbuh-559-persen-ini-merek-perawatan-tubuh-terlaris-pada-agustus-2021>
- Dewi, I. S., Amalia, N. R., Susanto, Andriani, C., & Afriady, A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Pada Mahasiswa Universitas Semarang. *Indonesian Accounting Research Journal*, 3(2), 157–169.
- Diputra, I. G. A. W. (2021). The Influence of Product Quality, Brand Image, Brand Trust on Customer Satisfaction and Loyalty. *American International Journal of Business Management (AIJBM)*, 4(1), 25–34.
- Fauzi, A., Khotimah, S., Akbar, M. F., & Nurohim, G. S. (2021). Pengolahan Data Keuangan Pada Usaha Klinik Kecantikan Menggunakan Aplikasi Zahir Accounting Versi 5.1. *Jurnal Sistem Informasi Akuntansi (JASIKA)*, 1(2), 90–97. <https://doi.org/10.31294/jasika.v1i2.681>
- Febsri Susanti, & Dea Edgina. (2021). Pengaruh Pelayanan Keluhan Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui ACPI PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Padang. *Indonesian Journal of Applied Accounting and Finance*, 1(1), 47–58. <https://doi.org/10.31961/ijaaf.v1i1.1167>
- Firmansyah, A. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek* (Q. Media, Ed.; 1st ed.). CV. Penerbit Qiara Media.
- Gircela, D., & Wati, L. N. (2020a). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Merk Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 9(1), 09–24. <https://doi.org/10.37932/j.e.v9i1.45>
- Gircela, D., & Wati, L. N. (2020b). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Merk Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 9(1), 09–24. <https://doi.org/10.37932/j.e.v9i1.45>
- Hair, J. F., Page, M., & Brunsveld, N. (2020). *Essentials of Business Research Methods*. Taylor & Francis Group.

- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019a). Structural Equation Modeling (Sem) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis (Abiratno, S. Nurdiyanti, & A. D. Raksanagara, Eds.; 1st ed.). PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019b). Structural Equation Modeling (Sem) Berbasis Varian: Konsep Dasar Dan Aplikasi Dengan Program Smartpls 3.2.8 Dalam Riset Bisnis (Abiratno, S. Nurdiyanti, & A. D. Raksanagara, Eds.; 1st ed.). PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istoqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi, Ed.; 1st ed.). CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Penerbit Insania.
- Hernikasari, I., Hapzi Ali, & Hadita, H. (2022). Determinasi Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Analisis Harga Dan Kualitas Produk (Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 437–450. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.1004>
- Innes, H. A. (2022). Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand : Harga dan Kualitas Produk. *JIMT Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 31–42.
- Irhandi, I. G. N. G. G., Agung, A. A. P., & Sapta, I. K. S. (2021). The Effect on Product Quality and Promotion on the Brand Image in Realizing the Brand Loyalty Hatten Wines in Denpasar. *International Journal of Sustainability , Education, and Global Creative Economic*, 4(2), 58–72.
- Islamiah, F., Rusmiati, & 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.
- Jayani, D. H. (2021). *Produk Kesehatan dan Kecantikan Paling Laku Saat Pandemi*. Databoks.

- Khusuma, D. T., & Utomo, H. (2021). Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Venice Pure Aesthetic Clinic Salatiga. *Among Makarti*, 13(2), 78–88. <https://doi.org/10.52353/ama.v13i2.199>
- Kompas.com. (2023). *Seperti Apa Tren Kecantikan di Indonesia pada Tahun 2023?* Kompas.Com. <https://lifestyle.kompas.com/read/2023/02/07/111401620/seperti-apa-tren-kecantikan-di-indonesia-pada-tahun-2023>
- Laili, R. R., & Canggih, C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Label Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Body Lotion Citra (Studi Kasus Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 8(6), 743–756. <https://doi.org/10.20473/vol8iss20216pp743-756>
- Manihuruk, B. K. (2023). Analisis Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pt Shopee Indonesia. *Journal Business and Management*, 1(1), 11–23.
- Maryati, & Khoiri.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Mitha, I. G. A. A., Ajnya, S. D., Jatra, I. M., Yasa, N. N. K., & Riana, G. (2023). *Brand Ambassador, Citra Merek, Dan Niat Beli : Konsep dan Aplikasi*. CV Pena Persada.
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 1–13.
- Nabilah, M. (2023). *Ini Layanan Klinik Kecantikan yang Disukai Gen Z, Mana Favoritmu?* Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/21/ini-layanan-klinik-kecantikan-yang-disukai-gen-z-mana-favoritmu>
- Natasha-Skin.com. (2023). *History & Brand*. Natasha-Skin.Com. <https://natasha-skin.com/history-brand/>

- Paludi, S., & Nurchorimah, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Intervening. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 10(2), 144–160. <https://doi.org/10.24036/jkmb.11270300>
- Pratiwi, I., & Soliha, E. (2023). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Klinik Kecantikan Natasha Skincare di Semarang. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 355–367. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3096>
- Purba, S. Y. Y., Listyorini, S., & Pradhanawati, A. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Natasha Skincare (Studi Pada Konsumen Natasha Skincare Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 357–363.
- Putri, M. K., Rahman, J. S. F. M., Nursyifa, F. A., Alfarisi, S., Putro, T. G. S., & Agustin, R. (2019). Analisis Segmentasi Pasar Dalam Penggunaan Produk Viefresh Di Wilayah Sekitar Kampus Universitas Muhammadiyah Surabaya. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 17(2), 156–161. <https://doi.org/10.30651/blc.v16i2.3133>
- Putri, R. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Di Mediasiperceived Value Pada Konsumen Coffee Shop Di Medan. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.
- Pratiwi, R., Budiman, S., & Hadisoebroto, G. (2016). Penetapan Kadar Nilai Spf (Sun Protection Factor) Dengan Menggunakan Spektrofotometri UvVis Pada Krim Pencerah Wajah Yang Mengandung Tabir Surya Yang Beredar Di Kota Bandung. *Prosiding Seminar Nasional Kimia UNJANI-HKI*.
- Rahmawati, U. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Family Cukir Diwek Jombang. *Bima: Journal of Business and Innovation Management*, 2(3), 271–282.
- Riha, I., Maspiyah, Pritasari, O. K., & Dwiyantri, S. (2021). Analisis Perbandingan Minat Konsumen Remaja Putri Siswa Smk Pariwisata Terhadap Produk

- Kosmetik Skincare Antara Produk Lokal Di Surabaya Dan Produk Luar Negeri (Korea). *E-Jurnal*, 10(3), 181–190.
- Rizki, M., & Mulyanti, D. (2023a). Pentingnya Strategi Pemasaran Melalui Penguatan Citra Merek Dety Mulyanti. *Jurnal Ebismen*, 2(1), 240–245.
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Sindarto, J., & Ellitan, L. (2022). Peran citra merek dalam membangun kepuasan dan loyalitas konsumen: sebuah kajian teoritis. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(10), 3794–3807.
- Sindarto, J., & Ellitan, L. (2023). Peran Citra Merek dan Inovasi Produk dalam Membangun Kepuasan dan LNiat Pembelian Ulang: Sebuah Kajian Teoritis. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(23), 1192–1203.
- Subawa, K. A. S. P. N. S. (2019). Lifestyle Marketing, Brand Personality, Brand Image, Customer Satisfaction, Customer Loyalty dan Impulse Buying. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(4), 116–144.
- Tamon, N. P., Manoppo, W. S., & Temengkel, L. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, brand experience terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. DEFMEL Leilem. *Productivity*, 2(4), 309–314.
- Utami, R. P. (2023). Analisis Kualitas Produk, Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Klinik Erha Jakarta Selatan. *Journal of Social and Economics Research*, 5(2), 1886–1899.
- Widjaya, K., & Hartono, W. (2021). Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Pada Perusahaan Cv Mahkota Citra Mandiri. *Performa*, 5(3), 185–193. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i3.1757>
- Yulistria, R., Rosento, R., Handayani, E. P., Susilowati, I. H., & Aulia, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Mitra Bangun Perwira. *Swabumi*, 11(1), 13–22. <https://doi.org/10.31294/swabumi.v11i1.13980>