

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., & Palinggi, Y. (2024). Perbandingan Pengaruh Brand Image Dan Brand Equity Antara Rumah Sakit Islam Faisal Dan Rumah Sakit Stella Maris Terhadap Pemanfaatan Pelayanan Pada Instalasi Rawat Jalan. *Jurnal Kesehatan Lentera Acitya*, 11(1), 21–50.
- Aisyah, M. N., Suara, C. M., Kristiana, A., Dumadi, & Nasiruddin. (2023). Analisis Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust Dan Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Sampo Clear Di Toko Mapur Desa Jagalempeni Kabupaten Brebes. *Jimas : Journal Of Management And Social Sciences*, 2(4), 279–301. <https://doi.org/10.55606/Jimas.V2i4.1045>
- Ardhana, R. P. S., & Rahmawan, G. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Word Of Mouth, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan. *Edunomika*, 06, 02.
- Asia, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Brand Awareness Terhadap Minat Produk Merek Scarlett Di Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 2(1), 76–90.
- Basti, K. P., Purbawati, D., & Wijayanto, A. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Face Wash Biore Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(2), 384–394.
- Basu, S., & Irawan, I. (2002). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Eka Dyah Agustin, E., & Zuliawati Zed, E. (2023). The Influence Of Brand Image, Price, And Product Quality On The Purchase Decision Of Ms Glow Acne Series In Central Cikarang Under A Creative Commons Attribution-Noncommercial 4.0 International License (Cc By-Nc 4.0). *Jurnal Ekonomi*, 12(03), 2023. <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/ekonomi>
- Fadilah, N. (2020). *Pengertian , Konsep , Dan Strategi Pemasaran Syari ' Ah*. 1(2).
- Fitriyani, Anggi. (2022). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image), Kualitas Produk Dan Kesesuaian Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipcream Pixy (Study Pada Mahasiswa Di Kabupaten Kuningan)*. Universitas Kuningan.
- Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal Aktual*, 16(1), 21–27. <https://doi.org/10.47232/Aktual.V16i1.3>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Ibm Spss 23 (Ke-8)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Goeliling, A., Devi, N. N., Goeliling, A., Sahabuddin, R., Arimbawa, A. P., Rahman, F. A., Muhammad, A. F., Makassar, U. N., Sahid, P., Tinggi, S., Ekonomi, I., Dharma, T., & Makassar, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific. *Seminar Nasional Teknologi Dan Multidisiplin Ilmu (Semnastekmu)*, 3(2), 49–61. <https://doi.org/10.51903/Semnastekmu.V3i2.225>
- Goeliling, A., Ni Nyoman Devi, A. G., & Sahabuddin, R. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific. *Seminar Nasional Teknologi Dan Multidisiplin Ilmu (Semnastekmu)*, 03, 02.
- Hakim, I. N., & Nuryanto, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kamera Digital Canon Di Semarang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 1(2), 10–16. <https://doi.org/10.55606/Jurimbik.V1i2.118>
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi (Ed.)). Cv. Pustaka Ilmu.
- Herawati, H., & Putra, A. S. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Azarine Cosmetic. *Journal On Education*, 5(2), 4170–4178. <https://doi.org/10.31004/Joe.V5i2.1115>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Kasinem, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329. <https://doi.org/10.31851/Jmwe.V17i4.5096>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip - Prinsip Pemasaran* (17th Ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management* (15th Ed.). Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management* (15th Ed.). Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th Ed.). Pearson Education.
- Lesmana, T. (2023). Analisis Perilaku Konsumen Generasi Milenial Dalam Berbelanja Online. *Jurnal Ebi*, 5(2), 46–56. <https://doi.org/10.52061/Ebi.V5i2.175>

- Mahing, R. I. P., & Nainggolan, N. P. (2024). The Effect Of Product Quality, Trust, And E-Wom On Purchasing Decisions For The Originote Products On Tiktokshop. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 22(3), 1325–1338. <https://doi.org/10.38035/Dijemss.V5i5.2511>
- Manik, A. S., Tamengkel, L. F., & Punuindoong, A. Y. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Lifebuoy Pada Mahasiswa Yang Berdomisili Di Kelurahan Bahu Kota Manado. *Productivity*, 4(6), 774–779. <https://doi.org/10.35797/Ejp.V4i6.52451>
- Mintarsih, R., & Tanjung, B. J. (2024). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Cair Merek Lux Di Transmart Cempaka Putih. *Jemba Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(6), 481–496.
- Paramita, R. W. D., Noviansyah, R., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen*. Widya Gama Press.
- Prasasti, U., Zahro, A., & Hidayat, S. (2024). Analisis Kualitas Produk Sabun Cair Dan Sabun Batang Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 860–866. <https://doi.org/10.61722/Jiem.V2i1.917>
- Purwita Sari, M., Aulia Rachman, L., Ronaldi, D., & F Sanjaya, V. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Y.O.U. *Enterpreneuer Dan Bisnis (Jebi)*, 1(2), 122–129.
- Putri, M., & Mulyani, S. (2024). Pengaruh Persepsi Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Sabun Mandi Merek Nuvo (Studi Kasus Di Desa Rawang Kota Pariaman). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 02(01), 604–611. <https://doi.org/10.37034/Infed.V6i3.971>
- Rahayu, I. T., Yulinda, A. T., Armelinda, R., & Putri, Q. W. (2023). Pengaruh Kepercayaan Dan Online Shopping Experience Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu). *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(2), 1857. <https://doi.org/10.33087/Jmas.V8i2.1487>
- Rahmadhani, I. S., & Adnjani, M. D. (2025). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Followers Instagram @Esqacosmetics Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Esqa. *Journal Of Multidisciplinary Inquiry In Science Technology And Educational Research*, 2(2).
- Rahmawati, M., & Nur'aeni. (2023). The Influence Of Brand Image, Price And Product Quality On The Purchase Decision Of Skincare Somethinc Product. *Jurnal Mantik*, 7(2), 2685–4236.
- Risnawati, Wonua, A., & Astaginy, N. (2023). Pengaruh Kepercayaan Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan (Studi Kasus Produk Wardah Pada Toko Alke Kosmetik Di Kabupaten Kolaka). *Student Scientific Creativity Journal (Sscj)*, 1(6), 17–17.

- Sartika, R. R. (2023). Studi Evaluasi Pemahaman Siswa Sekolah Dasar Kelas Vi Terhadap Mata Pelajaran Matematika. *Jurnal Nakula: Pusat Ilmu Pendidikan, Bahasa Dan Ilmu Sosial*, 1(6).
- Septia Ardhana, R. P., & Rahmawan, G. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Word Of Mouth, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(2), 1–13. <https://doi.org/10.29040/Jie.V6i2.4978>
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Soedargo, B., & Mulya, S. (2023). The Influence Of Brand Image And Advertising Claims On Purchase Decision. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2), 469–476. <https://doi.org/10.37641/Jimkes.V11i2.2116>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Cetakan Ke). Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Cetakan Pe). Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Sutopo (Ed.)). Alfabeta.
- Sulistyawati, B. S., Istiqomah, F. N., Mustofa, H., Diski, K. M., Melati, N. V. S., & Rahadhini, M. D. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Kasus Konsumen Wardah Cosmetics Surakarta. *Jambura*, 6(2), 770–778. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/jimb>
- Tambun, C., Moniharapon, S., & Kawet, R. C. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Indomaret Krida Malalayang. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 231–243. <https://doi.org/10.35794/Emba.V11i3.49660>
- Tjiptono, F. (2021). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*. Andi Publisher.
- Wardaningtri, Y., & Gunaningrat, R. (2024). Pengaruh Konten Marketing (Instagram), Citra Merek Dan Review Produk Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 2(1), 169–180. <https://doi.org/10.55606/Makreju.V2i1.2661>
- Wowiling, L. B., Worang, F. G., & Wangke, S. J. (2024). The Influence Of Brand Trust, Brand Image, And Celebrity Endorsement On Consumer Purchase Decision Of Scarlett Whitening Product Pengaruh Kepercayaan Merek, Citra Merek, Dan Endorsement Selebriti Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Scarlett White. *Jurnal Emba*, 12(1), 307–318.

- Yunita, P., & Indriyatni, L. (2022). Pengaruh Brand Image , Daya Tarik Iklan , Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow (Studi Kasus Pada Pelanggan Ms Glow Kota Semarang). *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 5, 279–287.
- Yusda, D. D., Sari, P. N., & Ekatama, M. R. (2024). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Implora. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(4), 2745-892x.