

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, F., dkk. 2017. Pengaruh *Service Marketing Mix* (Bauran Pemasaran Jasa) Terhadap Citra Merek Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Kepada Pengguna Armada Bus Pariwisata Po. *Anto Wijaya Tour Ponorogo*). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 44(1), 47-53
- Afifah, M. N., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina di Batam. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 328-340.
- Alessandrina, Dyandramitha.2022. terdapat pada <https://www.marketeers.com/populix-produk-perawatan-dan-kecantikan-makin-diminati/>
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler.2012. Dasar-dasar Pemasaran.Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo
- BPOM. 2023. Terdapat pada <https://www.pom.go.id/penjelasan-publik/penjelasan-bpom-ri-nomor-hm-01-1-2-08-23-33-tanggal-4-september-2023-tentang-informasi-kosmetik-tabir-surya-sunscreen-dengan-klaim-spf>
- 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. Terdapat pada <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/16/bukan-denpasar-ini-wilayah-dengan-penduduk-terbanyak-di-bali>
- Fadila, D.,dkk. (2021). *The effect of brand image, brand ambassador, and product quality on the purchase decision of Mustika Ratu products:(study on Sriwijaya University students)*. *International Journal of Social Sciences*, 4(1), 182-189.
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, C.,dkk. (2020). *The Effect Of Wom (Word Of Mouth) And Brand Image On The Purchase Decision (Study Of Online* Halodoc,2021. Terdapat pada <https://www.halodoc.com/artikel/kapan-anak-remaja-butuh-memakai-skincare>
- Halodoc,2021. Terdapat pada <https://www.halodoc.com/artikel/kapan-anak-remaja-butuh-memakai-skincare>.
- Hujjah, S., & Siahaan, S. (2022). Pengetahuan Sikap Dan Perilaku Anak Remaja Usia 15-18 Tahun Terhadap Penggunaan Sunscreen Di SMK Kesehatan Yannas Husada Bangkalan. *Jurnal Health Sains*, 3(1), 117-128.

Indrianto, A. P. (2021). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan merek ades di yogyakarta. *Kinerja*, 18(2), 223-230.

Iprice.2023. terdapat pada <https://iprice.co.id/perawatan-kulit/wajah/sunblock/>.

Jilid 1. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.

Kotler dan Gary Amstrong. 2016. Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1. Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Prinsip-prinsip pemasaran (Vol. 1, No. 2). Jilid. lifestyle.(2021).<https://lifestyle.kompas.com/read/2021/10/08/204238520/kesadaran-orangindonesia-pakai-sunscreen-rendah>.

Manafe, R. G. K., & Goenadhi, L. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lip Cream Merek Makeover (Studi Kasus Toko Princess Banjarmasin). *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 21(2)

Modul 7 : Perilaku Konsumen. 2023. Terdapat pada <https://courses.lumenlearning.com/clinton-marketing/chapter/reading-the-black-box-of-consumer-behavior/>. Diakses pada 2 November 2023.

Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). In *Prosiding Seminar Nasional Unimus* (Vol. 3).

Nur Hayati, M. 2019. Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Puspa Indah Cosmetic Magelang (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).

Prayitno, B. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha R15. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(2).

Puspita, Y. D., & Rahmawan, G. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2), 98-104.

Sariyanti, Z. A., & Junaidi, M. R. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Sunscreen Azarine (Doctoral dissertation, UIN Surakarta)

- Schiffman dan Kanuk. (2004), *Perilaku Konsumen* edisi 7, Jakarta: Prentice Hall
- Setyawan, I., & Vrastika, A. (2021). Mengungkap Black Box Konsumen Yang Mendasari Proses Keputusan Membeli Pakaian Di Marketplace. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 1413-1435.
- Sirait, R. M., dkk. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Merek Aqua Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Darma Agung. *Jurnal Global Manajemen*, 11(1), 88-100.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sulistiyawati, B. S., dkk. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Kasus Konsumen Wardah Cosmetics Surakarta. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 770-778.
- Susanto, A. B., and Himawan Wijarnako. 2004. *Power branding: Membangun merek unggul dan organisasi pendukungnya*. Mizan Pustaka.
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung.
- Tjiptono, Fandi. (2014). *Pemasaran Strategik*, Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi
- Top Brand Award.2023. Terdapat pada <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- Zap Beauty Index. (2021). Terdapat <https://zapclinic.com/zapbeautyindex>