

## DAFTAR PUSTAKA

- Achidah, N., & dkk. (2016). Pengaruh Promosi, Harga, dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio Gt (Study Empiris pada Produk Yamaha Mio GT di Weleri-Kendal). *Journal Of Management*, 2.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Andini, P., & Rahardjo, S. T. (2012). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL HYUNDAI i20 (Studi Kasus Pada Konsumen Mobil Hyundai i20 di Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1(2), 105–116. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>
- Anita, S. (2022). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Scarleet Whitening. 8.5.2017*, 2003–2005.
- Azhari, A., Handaling, N. J., & Anita. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Economics and Digital Business Reviews*, 4(2), 239–255.
- Cahyani, K. I., & Sustrasmawati, R. E. (2016). PENGARUH BRAND AWARENESS DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Management Analysis Journal*.
- Cemara, N. (2023). *5 Top Brand Body Lotion dengan Angka Penjualan yang Melejit di Shopee & Tokopedia*. Kompas.Id. <https://kompas.co.id/article/brand-body-lotion/>
- Dewi, I. G. A. D. S., & Susila, G. P. A. J. (2023). PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING DI TOKO KOSMETIK QUEEN BEAUTY SINGARAJA. *Manajemen Dan Bisnis*, 5.
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Fatmaningrum, S. R., & Fadhillah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Ilmiah MEA*, 4(1), 176–188.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Indah, D. R., Afalia, I., & Maulida, Z. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Vaseline (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 83–94. <https://doi.org/10.33059/jseb.v11i1.1983>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Joan, V. (2022). *Produk Kecantikan Tembus Transaksi Rp210 Miliar, Brand Lokal Terfavorit*. Kompas.Id. <https://kompas.co.id/article/penjualan-produk-kecantikan/>
- Khakim, M. L. (2014). Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian iPhone di Kota Semarang. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro Semarang, September 2014*, 1–17.
- Kotler, P. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (17th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (15th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Indeks.
- Larasati, R. V., Prasetyorini, E., & Elyas, B. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening pada Marketplace Shopee. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, 8, 250–258. <https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/797/744>
- Lesmana, R. (2019). Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pt Paragon Tehnology And Innovation Daftar Kosmetik Halal No Daftar Kosmetik Halal Wardah Ristra La Tulipe Marcks Venus Sari Ayu Caring Colours Daftar Kosmetik Pac Moors Mustika Puteri Biocell Rivera. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 59–72.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa* (3rd ed.). Jakarta: Selemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa* (3rd ed.). Jakarta: Selemba Empat.
- Mahanani, E. (2018). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK,

HARGA DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MATAHARIMALL.COM. *Sosial Dan Humaniora*, 2.

- Malau, H. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Martini, A. N., Feriyansyah, A., & Venanza, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 44–53.
- Novansa, H., & Ali, H. (2017). A study on Demonetization and its Impact on Corruption and Black Money. *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(5), 597–610. <https://doi.org/10.21276/sjhss>
- Octhaviani, S., & Sibarani, H. J. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Kopi Pada Pengguna Aplikasi Grab Food Di Kota Medan. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(3), 521–528. <https://doi.org/10.37481/sjr.v4i3.331>
- Perindustrian, K. (2018). *Kinerja Industri Kosmetik Nasional Lampau Pertumbuhan Ekonomi*. Kemenperin. <https://kemenperin.go.id/artikel/19435/Kinerja-Industri-Kosmetik-Nasional-Lampau-Pertumbuhan-Ekonomi>
- Perindustrian, K. (2020). *Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik*. Kemenperin. <https://kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik>
- Perindustrian, K. (2023). *Ekspor Tembus USD 601 Juta, Industri Kosmetik Lokal Semakin Fenomenal*. Kemenperin. <https://www.kemenperin.go.id/artikel/24444/Ekspor-Tembus-USD-601-Juta,-Industri-Kosmetik-Lokal-Semakin-Fenomenal>
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati. (2017). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mulawarman*, 14, 16–23.
- Pramono, S. (2023). Pengaruh Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Bale Agung Pemalang. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(1), 90–106. <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i1.322>
- Purbohastuti, A. W. (2021). The MARKETING MIX EFFECTIVENESS ON INDOMARET'S CONSUMER PURCHASE DECISION. *Sains Manajemen*, 7(1), 1–17. <https://doi.org/10.30656/sm.v7i1.2707>
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Rahmawaty, D., & Nur, A. R. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas

- Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo. *Jurnal Ekonomi*, 23(1), 1–12. <https://doi.org/10.47896/je.v23i1.99>
- Ramadhan, I. C., Supriyadi, M. E., Anggraeni, T. C., Kuspriatni, L., & Sujarwanto, A. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening di Cikarang. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(1), 437–448. <https://jbbe.lppmbinabangsa.id/index.php/jbbe/article/view/499>
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ristanti, A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 1026. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p1026-1037>
- Sampe, Y. D., & Tahalele, M. (2023). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Vivo Pada Toko Bandung Jaya A.Y Patty Ambon. 1*.
- Sari, A. H. P., Nurman, & Haeruddin, M. I. W. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyaitas Konsumen Pada Skincare Scarlet. *Pinisi Journal of Art, Humanity & Social Studies*, 2(6), 53–62. <https://ojs.unm.ac.id/PJAHSS/article/view/37284>
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2016). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks Gramedia.
- Simamora, S., & Realize. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Online. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 111–122. <https://kohesi.sciencemakarioz.org/index.php/JIK/article/view/162>
- Stevani, G. A. (2022). *Pengaruh Harga, Desain Produk, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Butik Tas Tlatah Heritage)*. 1–103. <https://repository.usm.ac.id/files/skripsi/B11A/2018/B.131.18.0156/B.131.18.0156-15-File-Komplit-20220222012328.pdf>
- Sugiyono. (2003). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Tjiptono, F. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan* (4th ed.). Yogyakarta: Andi.
- Widyanto, I., & Albetris, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Padat Wardah Pada PT Pargon Tecnology and Inovation (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi STIE Graha Karya Muara Bulian). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(1), 138. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.239>
- Wijaya, B. S. (2013). Dimensions of Brand Image: A Conceptual Review from the Perspective of Brand Communication. *European Journal of Business and Management*, 5.

