

DAFTAR RUJUKAN

- Anjani, & Simamora. (2022). Pengaruh Influencer, Harga Dan Kualitas Produk Skincare Scarlett Whitening Terhadap Keputusan Pembeli Generasi Z, DKI Jakarta. *jurnal ilmiah MEA*, Vol 6, No 3.
- Anugrah, I. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Dimediasi Brand Imajeterhadap Keputusan Pembelian Skincaredi Shopee (Studi Pada Konsumen Merk The Originote Di Surabaya). *Jurnal ilmu dan riset manajemen*, vol 13, no 5.
- Aurellia, & Sidharta. (2023). Pengaruh Brand Imajeterhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Trustsebagai Variabel Mediasi Pada Produk Skincare lokal. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol 8, No 1.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Hartanto, R. (2019). *Brand and Personal Branding*. Bekasi: Denokan Pustaka.
- Herlianti, & Handayani. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Promosi Pada Keputusan Pembelian Produk Azarine. *IDEI jurnal ekonomi dan bisnis*, Vol 4, no 1.
- Hertina, & Wulandari. (2022). Pengaruh harga, kualitas produk dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, Volume 4, No 12.
- Imam, G. &. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Yogyakarta: BPEE.
- Kotler, P. d. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke-12*. Jakarta: Alih Bahasa.
- Lupioyadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek. Edisi Pertama*. Jakarta: Selemba Empat.
- Muhtarom, & dkk. (2022). Analisis Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli Pada Umkm Toko Distributor Produk Skincare Kfskin Babat Lamongan. *Derivatif : Jurnal Manajemen*, Vol. 16 No. 1.
- Nabilah, & Anggrainie. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Brand Awareness, Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan

Pembelian Skincare Scarlett Whitening. *yume journal of manajemen*, Vol 5, No 3.

Philip, d. (2013). *Manajemen Pemasaran (kedua)*. PT. Erlangga.

Philip, K. &. (2006). *Manajemen pemasaran, jilid I, Edisi kesebelas*. Jakarta: P.T Indeks Gramedia.

Ponto, & dkk. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Garnier Pada Mahasiswa S1 Universitas Sam Ratulangi. *Productivity*, vol 4, no 5.

Rachmawati, D. (2023, Oktober Kamis). *Kesadaran Merawat Wajah Masyarakat Indonesia Makin Meningkat, Survei : pembersih wajah prioritas*. Retrieved from Suara.com: <https://amp.suara.com/lifestyle/2023/10/26/114428/kesadaran-merawat-wajah-masyarakat-indonesia-makin-meningkat-survei-pembersih-wajah-prioritas>

Sinaga, & Hutapea. (2022). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Review Product terhadap Keputusan Pembelian Skincare Wardah Pada Mahasiswa Unai. *Intelektiva*, vol 3, no 8.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. . Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.

Sukmawati, d. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc. *jurnal riset akuntansi dan bisnis indonesia*, Vol 2, No 2.

Wiwaha, R. P. (2022). *10 Top Brand Serum Wajah Terlaris di E-Commerce : Konsisten, Serum Wajah Implora kembali Jadi Juara!* Retrieved from compas.co.id: <https://compas.co.id/article/serum-wajah-implora/>