

DAFTAR RUJUKAN

- Aditia, A. R. R., Wadud, M., & DP, M. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor NMAX Pada PT Yamaha A. Rivai Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(01), 23–37.
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian kembali Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51.
- Agustino., & Syaifullah. (2020). Pengaruh kualitas produk dan product knowledge terhadap keputusan pembelian kembali konsumen pada PT Long Time. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(1).
- Arafah, R. N., & Subali, S. (2023). Pengaruh *Word of mouth* Terhadap Keputusan pembelian kembali Pada Konsumen Angkringan Cahsaiki Bekasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 11(3), 361–367.
- Arianti, B. F. (2018). The Influence Of Financial Literacy, Financial Behavior And Income On Investment Decision. *EAJ (Economic And Accounting Journal)*, 1(1), 1–10.
- Ariasih, M. P., Putra, K. E. S., & Suarmanayasa, I. N. (2024). Entrepreneurial leadership impact on MSME women's business performance in Denpasar City. *Jurnal Ekonomi*, 29(1), 60–77. Universitas Ganesha. <https://doi.org/10.24912/je.v29i1.2013>
- Arifa, N., Palupi Robustin, T., & Widya Gama Lumajang, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Serta *Word of mouth* Terhadap Keputusan pembelian kembali Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang). *Jurnal Riset Manajemen*, 1(1), 54.
- Ariwangsa, I. G. N. O., Lasmi, N. W., & Darma, I. M. R. A. (2023). Pengaruh E-Wom, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian kembali. *Econbank: Journal Of Economics And Banking*, 5(2), 214–222.
- Babin, Barry J., William R. Darden, dan Mitch Griffin. 2005. “Modeling Consumer Satisfaction and *Word of mouth*.” *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, Vol. 18, hlm. 1–15
- Beauty And Personal Care In Indonesia, (2023). Euromonitor. <https://www.euromonitor.com>

- Aditia, A. R. R., Wadud, M., & DP, M. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor NMAX Pada PT Yamaha A. Rivai Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(01), 23–37.
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian kembali Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51.
- Agustino., & Syaifullah. (2020). Pengaruh kualitas produk dan product knowledge terhadap keputusan pembelian kembali konsumen pada PT Long Time. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(1).
- Arafah, R. N., & Subali, S. (2023). Pengaruh *Word of mouth* Terhadap Keputusan pembelian kembali Pada Konsumen Angkringan Cahsaiki Bekasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 11(3), 361–367.
- Arianti, B. F. (2018). The Influence Of Financial Literacy, Financial Behavior And Income On Investment Decision. *EAJ (Economic And Accounting Journal)*, 1(1), 1–10.
- Ariasih, M. P., Putra, K. E. S., & Suarmanayasa, I. N. (2024). Entrepreneurial leadership impact on MSME women's business performance in Denpasar City. *Jurnal Ekonomi*, 29(1), 60–77. Universitas Ganesha. <https://doi.org/10.24912/je.v29i1.2013>
- Arifa, N., Palupi Robustin, T., & Widya Gama Lumajang, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Serta *Word of mouth* Terhadap Keputusan pembelian kembali Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang). *Jurnal Riset Manajemen*, 1(1), 54.
- Ariwangsa, I. G. N. O., Lasmi, N. W., & Darma, I. M. R. A. (2023). Pengaruh E-Wom, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian kembali. *Econbank: Journal Of Economics And Banking*, 5(2), 214–222.
- Babin, Barry J., William R. Darden, dan Mitch Griffin. 2005. “Modeling Consumer Satisfaction and *Word of mouth*.” *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, Vol. 18, hlm. 1–15
- Beauty And Personal Care In Indonesia, (2023). Euromonitor. <https://www.euromonitor.com>
- Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Bisnis, F., & Siwalankerto, J. (2022). Kembali Melalui *Word of mouth* Pakan Unggas Pokphand. 10(1).
- Br Marbun, M., Hapzi Ali, & Fransiskus Dwikotjco. (2022). Model Keputusan pembelian kembali Dan Pembelian Ulang: Analisis Promosi Dan Kualitas pelayanan. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(3).

- Cici Dwi Tamara. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Lifestyle, Country Of Origin Terhadap Keputusan pembelian kembali. *Jurnal Manajemen Kreatif Dan Inovasi*, 2(2), 275–295.
- Cash, T. F., & Pruzinsky, T. (Eds.). (2002). *Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice*. Guilford Press.
- Christiarini, R., Batam, U. I., & Riau, K. (2024). Analisa product quality terhadap purchase decision dengan satisfaction sebagai variabel intervening. 13 (2), 295-458.
- Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Aproach to Structural Equation Modeling. *Modern Methods for Business Research*, 295-336
- Dari, W. P. T., & Fourqoniah, F. (2023). Pengaruh Islamic Branding, *Word of mouth* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian kembali Produk Wardah Di Kota Samarinda. *SEIKO : Journal Of Management & Business*, 6(2), 239–250.
- Dewi, P. E. D. M., Dewi, N. W. Y., & Devi, S. (2020). The influence of brand image, price level and *word of mouth* on purchasing decisions for “Nau Coffee” SMEs products (Study on students of Accounting Department Universitas Pendidikan Ganesha). *Proceedings of the 5th International Conference on Tourism, Economics, Accounting, Management and Social Science (TEAMS 2020)*, (Vol.158, 187–194. Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200909.022>
- Dindha Tria Lestari, Novianti Novianti, & Syamsul Hidayat. (2025). Analisis Strategi Pemasaran Produk Wardah. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 5(1), 177–189.
- Dwi, L., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Cita Rasa Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan pembelian kembali Mie Ayam Yamin Gubeng Kertajaya Surabaya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 1–10.
- Euromonitor International. (2023). Beauty and personal care in Indonesia. Euromonitor International. <https://www.euromonitor.com/beauty-and-personal-care-in-indonesia/report>
- Fahik, A. S., Musika, A., Roga, M. D. T., Fallo, A., Djuang, G., & Amaral, M. A. L. (2023). Keputusan pembelian kembali: Kepedulian Konsumen Terhadap Produk Ramah Lingkungan. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 3818–3831.
- Fatmalawati, D. S., & Andriana, A. N. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Kosmetik Pt. Paragon Technology And Innovation. *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 177–186.
- Fauziah, F., Febrilia, I., & Sari, D. A. P. (2023). Customer Experience Dan

Customer Trust Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*.

- Febriandini, F., Muhamad Pauzy, D., Barlian, B., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Perjuangan Tasikmalaya, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, *Word of mouth* Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan pembelian kembali (Survei Pada Konsumen Wardah Cosmetic Di Muara Cosmetic & Parfume). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 99–103.
- Febrian, I., Nofirda, F. A., (2025). Pengaruh *word of mouth*, promosi dan kepercayaan terhadap Keputusan pembelian kembali pada produk Baba Parfume. *Jurnal Ilimah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 5(2), 924-938.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis, dan disertasi ilmu manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Garvin, David A. 1987. "Competing on the Eight Dimensions of Quality." *Harvard Business Review*, Vol. 65, No. 6, hlm. 101–109.
- Gde, T., Wijaya, A., & Suryawan, K. (2025). Pengaruh Kualitas Produk *Word of mouth* dan Store Image terhadap Keputusan pembelian kembali Konsumen. 03(02), 99–113.
- Ghozali, I., & Latan, H. 2018. *Partial Least Squares, konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program Smartpls 3.0 untuk penelitian empiris*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giri, O. P. (2024). Choosing Sampling Techniques And Calculating Sample Size. *Indonesian Journal Of Teaching In Science*, 4(2), 165–176.
- Gunawan, C., & Septianie, I. (2021). The Effect Of Trust And Risk Perceptions Using E-Commerce On Consumer Purchase Intentions (Study On Lazada Consumers In Sukabumi City). *Journal Of Economics And Business (JECOMBI)*, 1(2), 239–247.
- Hill, S. E., Rodeheffer, C. D., Griskevicius, V., Durante, K., Hill, S. E., Rodeheffer, C. D., Durante, K., & White, A. E. (2012). *Journal of Personality and Social Psychology Boosting Beauty in an Economic Decline : Mating , Spending , and the Lipstick Effect*. <https://doi.org/10.1037/a0028657>
- Insanniat, U., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh *Word of mouth*, Kualitas Produk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan pembelian kembali Hand & Body Lotion Mariana Di Surabaya. *Jurnal E-Bis*, 6(2), 416–425.
- Ismagilova. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Brand Trust Dan Electronic Word. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi, & Bisnis*, 5(1), 21–40.

- Jakpat. (2024). *Consumer preferences for cosmetics in Indonesia*. Jakpat. <https://www.jakpat.net>
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh *Word of mouth* Terhadap Keputusan pembelian kembali Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekabaru (Survey Pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, Vol. 4(1), 71–85.
- Julia Arsanti, & Sahda. (2023). Penentu Niat Beli Produk Kosmetik Halal Wardah Pada Konsumen Generasi Z Article Information. *Jekobs*, 2(3), 125–137.
- Juliandi A, Irfan, Manurung S. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi*. Medan: UMSU Press
- Karnata, I. N. P., & Putra, K. E. S. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan brand image terhadap keputusan pembelian kembali McDonald's Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 216–223. Universitas Pendidikan Ganesha.
- Khusuma, D. T., & Utomo, H. (2021). Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Venice Pure Aesthetic Clinic Salatiga. *Among Makarti*, 13(2), 78–88.
- Komara, E., & Nurhidayat, M. F. (2024). Kualitas Produk, Kepercayaan, Keamanan, Harga, Kemudahan, Promosi, Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Terhadap E-Commerce. *Journal Of Accounting And Marketing*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Ed.)*. Pearson Education.
- Kurniawan, R., & Dewi, A. S. (2022). Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan pembelian kembali Kosmetik Lokal Di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 13(2), 211–224.
- Kusuma, G. W., Bagia, I. W., Dewanti, M. A., & Suarmaja, I. B. K. (2021). The effect of quality perception and consumer attitude on purchasing decision (Study on consumers who purchased and consumed Soy Sauce ABC in Buleleng District). *Advances in Economics, Business and Management Research*, 197, 384–391. Atlantis Press International. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210212.062>
- Labrecque, L. I., & Milne, G. R. (2012). Exciting red and competent blue: The importance of color in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(5), 711–7
- Leksono, A. W., Pamungkas, A. D., Suprpto, H. A., & Anggresta, V. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Omzet Penjualan Pada UD Arida Tirta Jaya (FF Tirta) Jakarta Timur. *Focus*, 3(2), 122–128.

<https://doi.org/10.37010/Fcs.V3i2.849>

- Marisa, O., & Rowena, J. (2019). The Influence Of Brand Image, Price, And Product Quality On Repurchase Decisions On High-End Makeup And Skincare Products In The Millennial Generation. *Maret*, 7(2), 11–75.
- Mayasari, D., & Surono, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , dan Promosi terhadap Keputusan pembelian kembali untuk Meningkatkan Potensi Pembelian Kembali Pelanggan di Yummy Kitchen Setiabudi Jakarta Selatan. 2(9), 4302–4313.
- Murtiningsih, D. (2023). Pengaruh *Word of mouth*, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian kembali Minuman Kopi. *Judicious*, 4(1), 29–37
- Nabella, S., & Ida, F. (2024). Pengaruh *Word of mouth*, Persepsi Harga, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian kembali Hand & Body Vaseline Di Kota Semarang. *Economics And Digital Business Review*, 5(1), 439–452.
- Nirma, K. (2022). Harga Dan Kualitas Terhadap Keputusan pembelian kembali. *Jurnal Trunojoyo*, 5(2), 67–79.
- Nola, N., Akhmad, I., Fikri, K., Manajemen, P., Ekonomi, F., Universitas, B., & Riau,
- M. (2023). Pengaruh Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian kembali Lipstik Wardah Di Kota Pekanbaru (Studikasuk Pada Fajar Kosmetik). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 1–12.
- Novarianti Novarianti, Muhammad Ichwan Musa, Burhanuddin Burhanuddin, Chalid Imran Musa, & Ilma Wulansari Hasdiansa. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 4(3), 127–141.
- Nurhasanah, S., Widya, P., & Afifah, R. (2023). Nilai Emosional Dalam Pembentukan Keputusan pembelian kembali Kosmetik Halal. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 88–102.
- Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian kembali Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1374.
- Oktavianti, A. N. R., Sarah, S., & Wijaya, F. (2024). The effect of product quality, brand trust and electronic *word of mouth* on purchasing decisions on Wardah sunscreen products containing 4-methylbenzylidene camphor (4-MBC). *Journal of Social Science, Management, Accounting and Business*, 5(1), 21–36.

- Peter, J. Paul dan Jerry C Olson. 2002. *Perilaku konsumen dan strategi pemasarann*. Terjemahan. Jakarta
- Pramudito, B. A., & Lestari, I. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian kembali Kosmetik Maybelline. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 10(1), 45–53.
- Pratiwi, N. K. R., & Putra, K. E. S. (2025). The influence of product quality and price perception on purchase decisions for gold savings products. *International Journal of Management and Business Research*, 6(5), 1064–1074. Ganesha University of Education.
- Publik, A. K., Balekambang, P., Jepara, K., Merek, C., & Pembelian, K. (2023). Pengaruh *Word of mouth* Dan Citra Merek Terhadap Pendahuluan Pada Saat Ini, Globalisasi Telah Membawa Perubahan Di Dunia Yang Semakin Terindustrialisasi . Hal Ini Disebabkan Oleh Pertumbuhan Globalisasi Yang Terbuka Bagi Setiap
- Purwanto, M. T., Absor, U., & Yulastuti, W. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan pembelian kembali Produk Wardah Melalui *Word of mouth* Di Kabupaten Brebes. *Jurnal Strategik*, 10(1), 1–15.
- Pustaka, T. (2025). *Terhadap Keputusan Konsumen Di Media Sosial Pada Marketplace Shopee Menggunakan Algoritma C4.5*. 9(1), 1355–1361.
- Putra, K. E. S., & Ariasih, M. P. (2024). Destination image as a mediator of the influence of service quality on the decision to purchase dolphin tourism services. *Journal of Tourism Studies*, 5(6), 2044–2051. Ganesha University of Education.
- Putra, Y. D., Lisa, L., Sutarno, S., Dewi Anggraini, & Supriyanto, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian kembali Di PT. Alam Bumi Lestari. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 133–140.
- Putri, A. P., & Rahayu, T. (2022). Perilaku Konsumen Milenial Dalam Membeli Kosmetik Lokal. *Jurnal Bisnis Dan Inovasi*, 6(2), 100–114.
- Rahayu, S., & Sari, N. D. (2021). Strategi Pemasaran Kosmetik Lokal Dalam Menghadapi Kompetitor Global. *Jurnal Manajemen Strategis*, 9(3), 140–155.
- Rai, N., & Thapa, B. (2019). A Study On Purposive Sampling Method In Research. Kathmandu: *Kathmandu School Of Law*, 1–12.
- Riski, M., & Darmawan, D. (2025). Pengaruh Ulasan Pelanggan Online Terhadap Keputusan pembelian kembali Di Shopeefood. *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*.
<https://ejournal-nipamof.id/index.php/PPIMAN/Article/View/617>

- Rizal, R., Shandy, V. R., Rusdi, M. S., & Afriyeni, H. (2024). Kajian Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Kefarmasian Di Apotek Rawat Jalan RSUD Sungai Dareh. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Eksakta*, 3(2), 58–67.
- Rolando, B., Dea, A. N., Manajemen, I., Manajemen, P., & Bangsa, U. D. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Digital Marketing Terhadap Keputusan pembelian kembali Pelanggan Mcdonald's*. 5(2), 192–205. <https://doi.org/10.47065/jtear.v5i2.1484>
- Safitri, D., Sudirman, R., & Angin, S. A. B. P. (2024). Pengaruh *Word of mouth*, Lokasi Dan Kualitas pelayananwula Terhadap Keputusan pembelian kembali Pada Warung Seblang Di Kecamatan Singojuruh Banyuwangi. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 2125–2146.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). Consumer behavior (12th ed.). Pearson.
- Septia Ardhana, R. P., & Rahmawan, G. (2022). Pengaruh Kepercayaan, *Word of mouth*, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan pembelian kembali Produk Kecantikan. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(2), 1–13.
- Septiningrum, L. D., Sadiyah, K., Hasan, J. M., Gustiasari, D. R., & Darsita, I. (2020). Pengenalan Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Penghasilan Ibu Rumah Tangga (Irt) Majelis Taklim Al Auladiyah. *Dedikasi PKM*, 1(3), 1.7401
- Shopee, E. (2024). The Influence Of Consumer Reviews On Purchasing Decisions On Pengaruh Consumer Review Terhadap Keputusan pembelian kembali Pada. 5(5), 118–128.
- Sidharta, I. & S. B. (2015). Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen Pada E-Commerce. *Jurnal Computech & Bisnis*, 9(1), 26. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi Unsuraya*, 6(1).
- Statista. (2024). *Cosmetics market in Indonesia - Revenue forecast 2024–2027*. <https://www.statista.com>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Surianingsih, F. (2019). *Pengaruh persepsi kualitas produk dan word of mouth terhadap keputusan pembelian kembali kosmetik Wardah pada mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (Skripsi)*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Swari, N. K. S. R. (2023). *Pengaruh Word of mouth, Kualitas Produk, dan Promotion terhadap Keputusan pembelian kembali Produk Mixue di Kota Denpasar (Doctoral dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar)*.
- Tamrin, M., & Wijaya, H. D. (2024). Analisis Pengaruh Customer Review And

- Rating Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Platform E-Commerce Tiktok Shop. *Prosiding Seminar Nasional STIE Semarang*.
- Putra, T. M., Nurhayati, N., & Pohan, S. (2024). Pengaruh Iklan Tanggal Kembar Terhadap Perilaku Impulsive Buying Pada Platform E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Penelitian Inovatif*.
- Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2022). Pengaruh personal selling agen dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kembali nasabah asuransi Sun Life Financial Singaraja. *JEMBA: Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Bisnis, Akuntansi*, 2(1), 63–70. Universitas Palangka Raya.
- Taher, A., et al. (2022). *Pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian kembali produk parfum The Body Shop di Kota Palangka Raya*.
- Tjahjono, E. J., Ellitan, L., & Handayani, Y. I. (2021). Product Quality And Brand Image Towards Customers' Satisfaction Through Purchase Decision Of Wardah Cosmetic Products In Surabaya. *Journal Of Entrepreneurship & Business*, 2(1), 56–70.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, Y. (2020). Kualitas Produk Dan Loyalitas Merek Kosmetik Lokal Indonesia. *Jurnal Riset Pemasaran*, 12(1), 33–47.
- Van Tilburg, M., Lieven, T., Herrmann, A., & Townsend, C. (2015). Beyond “Pink It and Shrink It”: Perceived Product Gender, Aesthetics, and Product Evaluation. *Psychology & Marketing*, 32(4), 422–437.
- Wulaningsih, N. M. N. S. (2025). Pengaruh *Word of mouth*, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas produk Terhadap Keputusan pembelian kembali Pada Usaha Sushi Bari Di Badung Bali Ni. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1323(1).
- Yulianto, J. E., & Renanita, T. (2019). Dinamika Kepercayaan Relasional Pada Konsumen Bisnis E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Psikologi*, 18(2), 264.
- Yulindasari, E. R., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh E-Wom (Electronic *Word of mouth*) Terhadap Keputusan pembelian kembali Kosmetik Halal Di Shopee. *Journal Of Islamic Economics And Finance Studies*, 3(1), 55.
- Yunika, R., & Saragih, A. M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Electronic *Word of mouth* (E-Wom) Dan Citra Merek Terhadap Keputusan pembelian kembali Produk Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8, 8311–8325
- Yusnandar, W., & Meilani Nasution, W. (2024). The Influence Of Live Streaming

And Online Customer Reviews On Purchasing Decisions At Shopee With Consumer Trust As An Intervening Variable. *Medan International Economics And Business*, 2(1), 629–642.

Zahra, K. F., Listyorini, S., & Pinem, R. J. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser, Electronic *Word of mouth*, Dan Harga Terhadap Keputusan pembelian kembali (Studi Pada Konsumen Koesmetik Wardah Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 965–973.

Zed, E. Z., Ratnaningsih, Y. R., & Kartini, T. M. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan pembelian kembali Di E-Commerce Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Cikarang. *Mirai Management*, 1(1), 14–23.

Zohrabi, M. (2013). Mixed Method Research: Instruments, Validity, Reliability And Reporting Findings. *Theory And Practice In Language Studies*, 3(2), 254–262.

Zulfiana, Nujum, S., & Selong, A. (2024). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Aplikasi Shopee Di Kota Makassar Dengan Mediasi Repurchase Intention. *Economics And Digital Business* 5(1), 325–338.

Zulfiyanni, F. (2022). Pengaruh Online Review Customer, Tagline Gratis Ongkir, Dan Flash Sale Terhadap Keputusan pembelian kembali Pada E-Commerce Shopee *Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia*

Zulkarnain, M. (2021). Kualitas produk, servicescape dan *word of mouth* serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian kembali. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(1), 38–44.

