

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1996). *Building strong brands*. New York: Free Press.
- Adiantari, N. P. A., & Seminari, N. K. (2022). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap niat beli ulang pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ariasih, M. P., & Putra, I. P. D. S. S. (2022). Analisis pengaruh marketing influencer TikTok terhadap keinginan pembelian pada pengguna aplikasi TikTok. *Jurnal Sutasoma*, 1(1), 22–27. <https://doi.org/10.58878/sutasoma.v1i1.178>
- Ariyanti, N., et al. (2021). Analisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap niat beli. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 9(3), 200-215.
- Asosiasi Perusahaan Kosmetik Indonesia. (2022). *Laporan perkembangan industri kosmetik Indonesia tahun 2022*. APKI.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. (2021). *Hasil pengawasan kosmetik: Temuan produk kosmetik ilegal dan berbahaya*. BPOM RI.
- Creswell, J. W. (1994). *Research design: Qualitative and quantitative approaches*. Sage Publications.
- Deming, W. E. (1986). *Out of the crisis*. MIT Press.
- Dewi, P. R. S., & Seminari, N. K. (2023). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan persepsi harga terhadap niat beli ulang
- Ducoffe, R. H. (1996). Advertising value and advertising on the web. *Journal of Advertising Research*, 36(5), 21–35.
- Epriana, S. M. K. D., & Susila, G. P. A. J. (2025). Pengaruh kualitas produk, harga, dan iklan terhadap minat beli oli merek Unioil pada General Motor Seririt. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(3), 1–21. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v6i3.80203>
- Euromonitor International. (2023). *Men's grooming in Indonesia: Market analysis and competitive landscape*. Euromonitor International.
- Fauzi, A., & Tantra, D. K. (2023). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap niat beli smartphone Vivo. *Jurnal Pemasaran*, 11(1), 45-60.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.
- Garvin, D. A. (1984). What does "product quality" really mean? *Sloan Management Review*, 26(1), 25-43.

- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, I. (2022). *Kualitas produk dalam perspektif konsumen modern*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Nielsen. (2022). *Indonesian men's skincare market insight*. Nielsen Indonesia.
- Nugroho, A. (2022). *Manajemen periklanan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Padmadewi, N. K. T., & Sumadi Putra, K. E. (2023). *Pengaruh merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Marina Hand and Body Lotion di Kecamatan Buleleng*. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2). <https://doi.org/10.23887/pjmb.v5i2.62398>
- Pratama, C. S., & Yulianthini, N. N. (2022). *Pengaruh kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap niat membeli kembali air kemasan merek Yeh Buleleng di Kota Singaraja*. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 180–187. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v4i2.39750>
- Putri, A. A., & Firdausy, C. M. (2024). *Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap niat beli konsumen*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Romadlon, A., et al. (2020). *Pengaruh kualitas produk terhadap niat beli konsumen*. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Suarmaja, I. B. K., & Suarmanayasa, I. N. (2024). *Hedonism atau utilitarianism yang paling berpengaruh dalam memediasi atribut produk terhadap keputusan pembelian impulsif di Zalora*. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 10(1), 126–136. <https://doi.org/10.23887/bjm.v10i1.78056>
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunjoyo, R., Setiawan, I., Carolina, V., Magdalena, N., & Kurniawan, A. (2013). *Aplikasi SPSS untuk smart riset*. Alfabeta
- Triatmaja, A., & Ekawati, N. W. (2023). *Pengaruh kualitas produk terhadap niat beli smartphone Oppo*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(2), 150-165.
- Tsaniya, R., & Telagawathi, N. L. W. S. (2022). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen di kedai kopi Nau Kecamatan Seririt*. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 5(1), 32–39. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i1.34390>
- Utami, N. P. (2022). *Pengaruh celebrity endorser, kreativitas iklan, dan daya tarik pesan iklan terhadap niat beli pengguna e-commerce*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*
- Wachid, A., & Putra, I. P. A. (2024). *Pengaruh karakteristik iklan terhadap nilai iklan dan niat beli konsumen*. *Jurnal Ilmu Manajemen*
- Zeithaml, V. A. (1988). *Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence*. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22