

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2018). *Manajemen Pemasaran* (7th ed.). Depok : PT Raja Grafindo Persada.
- Adelweis, K. P. C. A. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Beauty Influencer Dan Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina Di Kota Majenang*. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta.
- Adil. (2024). *Strategi Pemasaran Terbaru yang Harus Diterapkan di Tahun 2024*. <https://Bithourproduction.Com/>. <https://bithourproduction.com/blog/strategi-pemasaran-terbaru-tahun-2024/>
- Afandi, Samudra, J., Sherley, Veren, & Liang, L. (2021). Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 5(1), 15. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v5i1.9272>
- Amalia, S., & Asmara, M. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1). <https://ejurnalunsam.id/index.php/jmk/article/view/213/160>
- Anang. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (planning & strategy). In Qiara Media (Ed.), <https://www.researchgate.net/publication/334964919> (1st ed.). CV. Penerbit Qiara Media. <https://www.researchgate.net/publication/334964919>
- Andrian, Putra, C. I. W., Jumawan, & Nursal, M. (2022). Perilaku Konsumen. In Rismas Iye (Ed.), *Rena Cipta Mandiri* (1st ed., Vol. 3, Issue 1). Rena Cipta Mandiri. [http://repository.ubharajaya.ac.id/20364/1/BUKU PERILAKU KONSUMEN %28ANDRIAN dkk%29 %282%29.pdf](http://repository.ubharajaya.ac.id/20364/1/BUKU_PERILAKU_KONSUMEN%28ANDRIAN%20dkk%29%282%29.pdf)
- Anggraeni, A., & Soliha, E. (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96–107.
- Arefin. (2023). *Strategi Perusahaan dalam Menghadapi Persaingan Bisnis: Mengalahkan Lawan dengan Keberanian dan Inovasi*. Www.Perpusteknik.Com. <https://perpusteknik.com/strategi-perusahaan-dalam-menghadapi-persaingan-bisnis/>
- Fatmaningrum, S., Susanto, & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 4(1), 176–188.
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor

- Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 10(1).
- Fitriana, H., & Aurinawati, D. (2020). Pengaruh Digital Marketing Pada Peningkatan Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Monggo di Yogyakarta. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(3).
- Ghozali, I. (2018). *Statistics Mathematical Statistics*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handika, M., & Darma, G. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15(2), 192–203. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (adi maulana (ed.); 12th ed.). PT Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, P., & Keller, K. . (2016). *Marketing Management*. Boston,2016.
- Mendur, M. E., Tawas, H., & Arie, F. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Imanuel Sonder. *Jurnal EMBA*, 9(3).
- Nuraini, A., & Maftukhah, I. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek pada Kosmetik Wardah di Kota Semarang. *Management Analysis Journal*, 4(2), 171–179. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj/articel/view/7839>
- Nuryanti, Fawazi, M., Basuki, H., & Wati, J. (2024). Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Peyek Mak Nyus Jingglong Sutojayan Blitar). *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 12(1), 294–304. <https://doi.org/https://doi.org/10.47668/pkwu.v12i1.1111>
- Olson, J., & Peter, J. (2014). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. (9th ed.). Salemba Empat.Jakarta.
- Pakpahan, H. . (2019). *Manajemen Pemasaran*. CV. Rural Development Servis.
- Pratama, A. (2023). *Inilah Jajaran Brand Pemenang Brand Choice Award 2023*. Infobrand.Id. <https://infobrand.id/inilah-jajaran-brand-pemenang-brand-choice-award-2023.phtml>
- Purnomo, H. (2021). Minat Beli Sebagai Mediasi Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Pada Keputusan Pembelian Busana Merek 3second. *Jembatan : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 18(1). <https://doi.org/10.29259/jmbt.v18i1.14311>
- Purwanto, Y., & Sahetapy, W. (2022). Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Endorser Terhadap Purchase Intention Pada Brand Skincare Somethinc. *Agora*, 10(1).

- Rivai, J., & Zulfitri. (2021). Peran Keputusan Pembelian Memediasi Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Janji Jiwa. *Journal of Business and Management Studies*, 3(2), 31–42. <https://doi.org/10.32996/jbms.2021.3.2.4>
- Rosa, E. (2023). *Skincare The Originote Apakah Sudah BPOM? Simak Faktanya!* Beautyroom.Id. https://beautyroom.id/skincare/the-originote-apaakah-sudah-bpom/#google_vignette
- Siregar, F. P., & Nainggolan, N. (2023). Pengaruh Endorsement Influencer dan Store Atmosphere Terhadap Kelutusan Pembelian Konsumen Pada G-COFFEE BATAM. *ECo-Fin*, 5(3), 174–184. <https://doi.org/10.32877/ef>
- Sugiyono. (2019). *metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D* (M. . Dr. Ir. Sutopo, S.Pd. (ed.); 2nd ed.). alfabeta.
- Theoriginote.id.(2022).*TheOriginote*.Theoriginote.Id. <https://theoriginote.id/about>
- Utami, D. ., & Hidayah, N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualiatas Produk, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 102–111.
- Wulandari, R. ., & Iskandar, D. . (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 11–18.
- ZAP Beauty Index. (2023). Zapclinic.Com. <https://zapclinic.com/zapbeautyindex>