

DAFTAR PUSTAKA

- Aikasari, E. P., Soeprajitno, E. D., & Kurniawan, R. (2024). Analisis Kualitas Produk , Promosi dan Celebrity Endordment terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Scarlett Mahasiswa UNP Kediri. *Simposium Manajemen Dan Bisnis III Program Studi Manajemen - FEB UNP Kediri*, 3, 523–532.
- Amalia, A. I. P., & Mardian, I. (2022). *Pengaruh Digital Marketing dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian pada Butik Putri Agata*. 9(1), 47–57.
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Compas. (2024). *Menjelang Kick-Off HARBOLNAS 9.9: Peluang Kategori Body Lotion Body Butter di E-Commerce*.
- Ernestivita, G., Saputro, A., & Subagyo. (2021). *Penilaian Kepuasan Konsumen Depot Leko Tulungagung Ditinjau dari Kualitas Produk, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan*. 11(1).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*.
- Imani, A. N., Putra, S. S., & Digdowiseiso, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Universitas Nasional Jakarta. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(1), 2537–2548. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i1.8174>
- Kamilla, N., Krisdianto, D., & Widayawati, E. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Konsumen Skincare Ms Glow*. 12(2), 229–237.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *prinsip-prinsip pemasaran* (12 jilid 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). *A Framework for Marketing Manajement* (6th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Manajemen Pemasaran* (13 jilid 1). Erlangga.
- Martani. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan Merek, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Empiris Pada Pelanggan Scarlett Whitening Di Wilayah Bekasi. *Jurnal Ekonomi Dan*

Manajemen, 2(3), 181–188. <https://doi.org/10.56127/jekma.v2i3.1001>

Ningsi, W. P. W., & Ekowati, S. (2021). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS GLOW. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 2(1), 50–57. www.jurnal.imsi.or.id

Nurhalizah, L., & Farida, S. N. (2024). *Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Hand & Body Lotion Nivea: Studi Kasus pada Pengguna Produk Hand & Body Lotion Nivea di Surabaya*. 6(6), 4857–4871. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.2096>

Onny Setyawan, Yeni, & Okaelsa. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Produk The Body Shop Di Ciputra Seraya Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi , Kewirausahaan Dan Bisnis*, 5(1), 13–25.

Putri, A. E., Zulistiani, & Damayanti, S. (2024). Pengaruh Harga , Media Sosial , dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus UMKM Rahma Catering Gurah). *Simposium Manajemen Dan Bisnis III Program Studi Manajemen - FEB UNP Kediri*, 3, 420–429.

Rosyidah, A. F., Arifin, R., & Mahardani, A. S. (2023). Pengaruh Brand Image, Word Of Mouth, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sosial Commerce Scarlett Whitening Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswi Kec. Lowokwaru Kota Malang). *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 13(01), 510–518.

Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publisng.

Sriantini, N. N. A., & Hartini, N. M. (2022). Pengaruh Testimoni Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow Di Kabupaten Badung. *Journal Research of Management*, 4(1), 10–19. <https://doi.org/10.51713/jarma.v3i3.81>

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sumarsono, A. B., & Hakimah, E. N. (2024). The Influence of Social Media Marketing and Brand Image on Buyer Decisions (Survey on Mixue Nganjuk ' s Instagram Account Followers). *Kilisuci International Conference on Economic & Business*, 2, 519–530.

Syafitri, A., Sari, E. R., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Mahasiswi UIN Raden Intan Lampung). *Al-*

Multazim Jurnal Manajemen Bisnis Syariah, 1(1), 25–38.

Syihabudin, A., Subagyo, & Widodo, moch. W. (2022). Pengaruh brand equity , kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian tas merek eiger. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri*, 614–621.

Tambun, C., Moniharapon, S., & Kawet, R. C. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Indomaret Krida Malalayang. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 231–243. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.49660>

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). ANDI Yogyakarta.