

## DAFTAR PUSTAKA

- Astutik, V. P., & Sutedjo, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek , dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms. Glow (Studi Kasus pada konsumen produk Skincare MS. GLOW di Kota Semarang). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 1065–1069. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.581>
- Cahaya, Y. F., Narwastu, C. I., & Winarti, E. (2023). *Keputusan Pembelian (Tinjauan Endorsement Influencer dan Daya Tarik melalui Hubungan Parasosial)* (1st ed.). CV. AA. Rizky.
- Charviandi, A., Noviany, H., Suhartini, Y., Wijaya, A., & Abdullah, M. F. (2023). *Manajemen Pemasaran (Perspektif Digital Marketing)* (Fachrurazi (ed.); 1st ed.). Eureka Media Aksara.
- Daga, R. (2017). Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan. In *Sustainability (Switzerland)* (1st ed., Vol. 11, Issue 1). Global-RCI.
- Daily, F. (2025a). *Wardah UV Shield Essential Sunscreen Gel SPF 35 PA +++ (Female Daily)*. Female Daily. [https://reviews.femaledaily.com/products/moisturizer/sun-protection-44/wardah/sun-block-spf-33?cat=&cat\\_id=0&age\\_range=&skin\\_type=&skin\\_tone=&skin\\_undertone=&hair\\_texture=&hair\\_type=&order=newest&page=8](https://reviews.femaledaily.com/products/moisturizer/sun-protection-44/wardah/sun-block-spf-33?cat=&cat_id=0&age_range=&skin_type=&skin_tone=&skin_undertone=&hair_texture=&hair_type=&order=newest&page=8)
- Daily, F. (2025b). *Wardah UV Shield Physical Sunscreen SPF 50/PA++++ (Female Daily)*. Female Daily. [https://reviews.femaledaily.com/products/moisturizer/sun-protection-1/wardah/uv-shield-physical-sunscreen-spf-50-pa?cat=&cat\\_id=0&age\\_range=&skin\\_type=&skin\\_tone=&skin\\_undertone=&hair\\_texture=&hair\\_type=&order=newest&page=3](https://reviews.femaledaily.com/products/moisturizer/sun-protection-1/wardah/uv-shield-physical-sunscreen-spf-50-pa?cat=&cat_id=0&age_range=&skin_type=&skin_tone=&skin_undertone=&hair_texture=&hair_type=&order=newest&page=3)
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (Q. Media (ed.); 1st ed.). CV. Penerbit Qiara Media.

- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Izza, N., Susyanti, J., & Saraswati, E. (2025). Pengaruh Influencer Marketing, Inovasi Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Jiniso (Studi Mahasiswa Kota Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 14(01), 828–837.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Kelller, K. L., & Chernev, A. (2022). Marketing Management. In *Pearson Education* (16th ed.).
- Kusuma, A. C., Listyorini, S., & Hadi, S. P. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Brand Image, dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Emina Cosmetics di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(1), 118–126. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.33528>
- Lim, L. (2025). Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Sosial Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc. *JURNAL EKONOMI BISNIS DAN MANAJEMEN*, 3(1), 258–270. <https://doi.org/https://doi.org/10.59024/jise.v3i1.1104>
- Mika, M. (2020). *REVIEW SUNSCREEN WARDAH UV SHIELD SPF 50 PA++++|| Bahas sampai kekurangannya.* [www.youtube.com. https://youtu.be/Qm\\_BPJ0BAIw](https://youtu.be/Qm_BPJ0BAIw)
- Monita, R. (2024). *Wamenperin Optimistis Industri Kosmetik RI Bakal Tumbuh Pesat.* Marketeers. <https://www.marketeers.com/wamenperin-optimistis-industri-kosmetik-ri-bakal-tumbuh-pesat/>
- Nafsyiah, H., Fauzi, R. U. A., & Setiawan, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain Kemasan, dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand Skincare Skintific (Studi Kasus Pada Konsumen di Kota Madiun).

- Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA)*, 5(September), 1–15.
- Nasuha, W. (2024). *Penjualan Sunscreen di E-commerce Melesat Pesat di Kuartal I 2024: Capai 99% ke Level Rp424 Miliar*. Olenka Beauty. <https://olenka.id/penjualan-sunscreen-di-e-commerce-melesat-pesat-di-kuartal-i-2024-capai-99-ke-level-rp424-miliar/all>
- Nisfaten, P. U., & Martanti, D. E. (2024). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific (Study Kasus Pada Martha Tilaar Pontianak Selatan, Kalimantan Barat). *JAHE - Jurnal Akuntansi Hukum Dan Edukasi*, 1(2), 735–744.
- Padang, A., Novita, V., Sinambela, M., Safaruddin, & Fitri, N. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett pada Mahasiswa Kota Medan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi*, 2(4), 198–218. <https://doi.org/https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v2i4.2462>
- ParagonCorp. (2025). *About Paragon*. ParagonCorp. <https://www.paragon-innovation.com/about-us>
- Purba, S. Y. Y., Listyorini, S., & Pradhanawati, A. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Natasha Skincare (Studi Pada Konsumen Natasha Skincare Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 357–363. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- R94. (2023). *Wardah, Kosmetik Halal Pertama di Indonesia*. Pinter Politik. <https://www.pinterpolitik.com/pinter-ekbis/wardah-kosmetik-halal-pertama-di-indonesia/>
- Risma, A. (2024). *8 Varian Sunscreen Wardah Sesuai Jenis Kulit, Kulit Berjerawat Pilih Mana?* Momsmoney.Id. <https://momsmoney.kontan.co.id/news/8-varian-sunscreen-wardah-sesuai-jenis-kulit-kulit-berjerawat-pilih-mana>
- Robiah, D. W., & Nopiana, M. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin. *YUME : Journal of Management*, 5(1), 433–441. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.235>
- Rohmah, Z., & Sukaris. (2024). Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian Wardah kosmetik. *Jurnal Manajemen Strategi*

- Dan Aplikasi Bisnis*, 7(1), 37–48. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v7i1.1164>
- Setiawan, Z., Erwin, Purwoko, Riswanto, A., Amaral, M. A. L., Sari, A., Parawansa, D. A. S., Widawati, E., Yuliawan, Hidayat, D. R., Ilyas, A., Susiang, M. I. N., & Fahmi, M. A. (2023). *Manajemen Pemasaran (Perspektif Digital Marketing)* (Efitra & Sepriano (eds.); 1st ed., Issue August). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. In Sutopo (Ed.), *Sustainability (Switzerland)* (2nd ed., Vol. 11, Issue 1). ALFABETA.
- Supermom. (2024). *Building Gen Z Brand Loyalty in Southeast Asia: A Marketing Balance*. Supermom. <https://supermombusiness.com/articles/gen-z-brand-loyalty-southeast-asia>
- Tasia, S. I., Giningroem, D. S. W. P., & Pitoyo, B. S. (2024). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Somethinc (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2020). *IJESM Indonesian Journal of Economics and Strategic Management*, 2(1), 724–739.
- Tegowati, Martoatmodjo, G. W., Kalbuadi, A., Ismail, K., Idayati, F., Rukmana, A. Y., Oktavianti, P. R. M., Mufrihah, M., Rohmah, M., Onoyi, N. J., Wardhana, A., Mursid, A., Irmayanti, N. W. D., & Fatima, S. (2024). *Pengembangan Produk* (A. S. Egim (ed.); 1st ed.). Eureka Media Aksara.
- Utami, R. N., Muslikh, & Oktavia, D. (2024). The Effect of Product Quality, Price Perception on Purchasing Decisions with Purchase Intention as Mediating. *Marketing and Business Strategy*, 1(2), 80–92. <https://doi.org/10.58777/mbs.v1i2.228>
- Ventures, E. (2024). *Capturing Indonesia's beauty wave: A blooming market with immense potential*. East Ventures. <https://east.vc/news/insights/capturing-indonesias-beauty-wave-a-blooming-market-with-immense-potential/>
- Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen* (F. Rezeki (ed.)). PT Kimshafi Alung Cipta.
- Wulansari, O. A., & Hayuningtias, K. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Kosumen Maybelline Super Stay Matte Ink di Kota Semarang). *J-MAS*

*(Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 241.  
<https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.968>

Yulianto, A., Setiadi, R., Ahmatang, Prihantini, C. I., Mulyanto, & Ramadhan, R. N. (2024). Manajemen Pemasaran, Pemasaran dalam Perspektif: Memahami Prubahan dan Tantangan. In *Karti* (1st ed.). UMUS Press.