

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, M. S. (2022). *Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen*. 24–34.
- Abi, Y. I. (2020). *Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kfc Di Kota Bengkulu*. 15(1), 95–107.
- Al-debei, M. M., Akroush, M. N., & Ashouri, M. I. (2015). *Consumer attitudes towards online shopping perceived web quality*. 25(5), 707–733.
<https://doi.org/10.1108/IntR-05-2014-0146>
- Ali, H. N., Arifin, R., & Hardaningtyas, R. T. (2022). *Pengaruh Iklan, Harga Dan Brand Image Produk Kecantikan Merek Scarlett Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Scarlett Mahasiswa Universitas Islam Malang)*. 104–116.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). *Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian*. 4, 39–50.
- Bangun, S., Andayani, S., & Pujiyanto, A. (2025). *Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Glad2glow*. 2(4), 35–47.
- Dewi, S. A., Suardana, I. M., & Satriawan. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswi Di Kota Mataram)*.
- Eko Wahyudi. (n.d.). *Industri kosmetik 2025 diprediksi tumbuh 4,73 persen*.
<https://www.fortuneidn.com/news/airlangga-industri-kosmetik-2025-diprediksi-tumbuh-4-73-persen-00-my5jv-5d555k>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*.
- Gunarsih, C. M., & Tamengkel, L. F. (2021). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang*. 2(1), 69–72.
- Haque, M. G. (2020). *Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt . Berlian*. 21(1), 31–38.
- Kaemong, R. C., Arifin, M., & Muhammad, F. (2023). *Penyebab Pengaruhnya Pertumbuhan Pasar Indonesia Terhadap Produk Skin Care Lokal Pada Tahun 2022*. 1390–1396.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*.
- Liyono, A. (2022). *Pengaruh Brand Image , Electronic Word Of Mouth (E- Wom) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Galon Crystalline Pada Pt . Pancaran Kasih Abadi*. 3(1), 73–91.
- Maharani, P., & Hidayat, A. M. (2024). *Pengaruh Brand Ambassador Lee Minho , Electronic Word of Mouth Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sunscreen Lokal Azarine*. 3, 36–46.
- Muttawaqit, N., Setianingsih, R., & Akhmad, I. (2024). *Pengaruh Brand Image , Brand Ambassador Dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik*. 3(1), 224–239.
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2019). *Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus 212 Mart Cikaret Pendahuluan Latar Belakang Masalah Perkembangan dan pertumbuhan trend perilaku berbelanja konsumen yang saat ini lebih mengutamakan kepraktisan dan kemudahan , maka timbul*. 2(2), 150–159. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.345>
- Rusiana, D., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli dengan Brand Image sebagai Variabel Mediasi pada E-commerce Tokopedia*. 12(2), 410–429.
- Simanjuntak, G. M. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk , Perceived Price , dan Brand Image terhadap Niat Membeli Konsumen TV dari Jepang Dimediasi oleh Kepercayaan Konsumen*. 6(2), 2351–2361.
- Sugiat, J., & Syafarudin, D. (2020). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis , Vol . 7 No . 1 Februari 2020 E - Issn Suatu Kajian Tentang Sosial Ekonomi Waralaba / Toko Modern (Fokus Kajian Dua Kecamatan Tarogong Kidul Dan*. 7(1).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*.
- Sugiyono. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF Dan R&D*.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). *Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian*. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). *Electronic Word of Mouth via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers To Articulate Themselves on the Internet?* *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38-52.
<https://doi.org/10.1002/dir.10073>
- Kotler, P., Keller, K. L., Chernev, A., & Brady, M. (2024). *Marketing Management (Global Edition)*. Pearson Education.

- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen* (Edisi Ketujuh). Jakarta: PT Indeks.
- Stanton, W. J. (1994). *Prinsip Pemasaran* (Edisi Ketujuh). Jakarta: Erlangga.
- Wulandari, W., Sianturi, A., Rahmadiani, A., Nurinto, B., Raudhatul, K. J., Marsha, A., Rizqy, M., & Yulia, S. M. (2023). *Electronic Word of Mouth On Visitting Decisions: Case Study On Google Review Lokawisata Batturaden*. *Journal of Tourism, Hospitality and Travel Management*, 1(1), 17-22.
<https://doi.org/10.58229/jthtm.v1i1.8>