

Daftar Pustaka

- Alfarizi, D. C., & Rismawati, R. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Kai Acces (Akses Kereta Api Indonesia). Jurnal Ilmu Dan
[Http://Jurnalmahasiswa.Stiesia.Ac.Id/Index.Php/Jirm/Article/View/3906%0](http://Jurnalmahasiswa.Stiesia.Ac.Id/Index.Php/Jirm/Article/View/3906%0)
[Ahttp://Jurnalmahasiswa.Stiesia.Ac.Id/Index.Php/Jirm/Article/Download/3906/3916](http://Jurnalmahasiswa.Stiesia.Ac.Id/Index.Php/Jirm/Article/Download/3906/3916)
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand And Body Lotion Merek Citra (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Salatiga). JESYA (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah), 4 (1)(1), 120–136.
- Andriani, T. (2019). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Mahasiswi Membeli Produk Kecantikan Maybelline. ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, 53(9), 1689–1699. Www.Journal.Uta45jakarta.Ac.Id
- Anggraini, M. S. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Ms Glow Cabang Klaten. 6.
- Anshori, M., & Iswanti, S. (2017). Metodologi Penelitian Kuantitatif.Pdf (P. Books 1-184). Isbn 979-3216-90-5
- Aprisia, G., & Mayliza, R. (2019). Pengaruh Citra Perusahaan (Corporate Image) Dan Penanganan Keluhan (Complaint Handling) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Loyalty) Natasha Skin Care Di Kota Padang Gies. Jurnal Osf Preprints, 1(1), 1–13.
- Dame, Y., & Napitupulu, R. (2018). Gaya Kepemimpinan Generasi Y Di Dunia Kerja. Journal Of Business & Applied Management, 11(1), 081–101.
[Https://Journal.Ubm.Ac.Id/Index.Php/Business-Applied-Management/Article/View/1753](https://Journal.Ubm.Ac.Id/Index.Php/Business-Applied-Management/Article/View/1753)
- Dewi Rohaeti, T. S. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian

- Ulang Produk Hawwa Skincare Di Kabupaten Bandung. *Jurnal Iimiah Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 2(2), 1–10.
- Dinda Dwi Guntari, & Prihartono Aksan Halim. (2021). Pengaruh Kualitas Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Produk Envygreen Skincare). *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 5(2), 295–307. <https://doi.org/10.37339/E-Bis.V5i2.668>
- Estu Mahanani. (2018). Pengaruh citra merek, kualitas produk, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk Matahari Mall.Com. *Ikraith-Humaniora*, 2.
- Handayani, I. (2019). Konsep Bimbingan Dan Konseling Pribadi-Sosial Dalam Pengembangan Positive Mental Attitude Generasi Z. *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam*, 3(1), 51–63. <https://doi.org/10.23971/Njppi.V3i1.1283>
- Harahap, I. A. B., & Hidayat, W. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah Mustika Ratu (Studi Kasus Pada Konsumen Kec. Tembalang Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 107–115.
- Hardani, Hikmatul, A. N., Ardiani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif (Issue March).
- Insertlive. (2022). Cerita Sejarah Berdirinya MS Glow Hingga Ke Mancanegra. Jakarta. <https://www.insertlive.com/style/20220225130849-19-267552/Cerita-Sejarah-Berdirinya-Ms-Glow-Hingga-Ke-Mancanegra>
- Irawan, M. R. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt. Satria Nusantara Jaya. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 5(2), 140. <https://doi.org/10.30737/Ekonika.V5i2.1097>
- Marisa, O., & Rowena, J. (2019). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Pada Produk High End Make

- Up And Skin Care Pada Generasi Millenial Jakarta. Maret, 7(2), 161–170.
- Mawardi, A. (2020). Pengaruh Green Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Purwakarta. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 63–67. <https://doi.org/10.34308/eqien.V7i1.122>
- Merek, P. C., Kelengkapan, D. A. N., Rosmaniar, A., Wandoyo, R., Kusuma, A., & Sanjaya, V. F. (2020). (Study Kasus Swalayan Chandra Tanjung Karang). 1(2), 107–113.
- Nandasari, V. A., & Suyanto, A. (2021). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Melalui Beauty Vlogger. *E-Proceeding Of Management*, 8(6), 7752–7769.
- Prakoso, M. T. R., & Farida, N. (2018). Diponegoro Journal Of Social And Political Tahun 2018, Hal 1-7 <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>. *Journal Of Social And Political*, 1–7.
- Priyono. (2008). Metode Penelitian Kuantitatif.
- Purnama, L., Suyani, T., & Hardipamungkas, N. E. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Online Gojek Di Kota Tangerang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(1), 45. <https://doi.org/10.31599/jmu.V2i1.739>
- Ristanti, A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 1026. <https://doi.org/10.26740/jim.V8n3.P1026-1037>
- Safitri, H., Vitria, H. A., Hasanah, N., Banjarmasin, A., & Banjarmasin, A. (2021). 1, 2, 3. 1.
- Saidah, L., & Budiyanto. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(11).
- Septiani, S., & Prambudi, B. (2021). Septiani And Prambudi/ *Journal Of*

- Management (Sme's), Vol.14, No.2, 2021, P153-168. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo, 14(2), 153–168.
- Silaban, M. W. (2022a). Klarifikasi Penjualan MS Glow Milik Juragan 99 Capai Rp600 Miliar Per Bulan. Tempo.
<https://bisnis.tempo.co/read/1574564/klarifikasi-penjualan-ms-glow-milik-juragan-99-capai-rp-600-miliar-per-bulan>
- Silaban, M. W. (2022b). Tepis Isu MS Glow Produk Abal-Abal Dan Repacking, Kosme: Tidak Benar. Biznet Home.
<https://bisnis.tempo.co/read/1575463/tepis-isu-ms-glow-produk-abal-abal-dan-repacking-kosme-tidak-benar/full&view=ok>
- Store, M. G. (2020). Daftar Produk Ms Glow. <https://msglow.store/>
- Subandowo, M. (2017). Peradaban Dan Produktivitas Dalam Perspektif Bonus Demografi Serta Generasi Y Dan Z. *Sosiohumanika: Jurnal Pendidikan Sains Sosial Dan Kemanusiaan*, 10(2), 191–208.
- Sudarsono, F. F. (2020). Pengaruh Social Capital Terhadap Pemanfaatan Sosial Media Untuk Knowledge Sharing Pada Generasi Z.
<http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/43298>
- Sugiyono, D. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan.
- Sukarjo, S. P., & Nasionalita, K. (2022). Kesenjangan Digital Antara Generasi Y Dan Z Pada Guru Sekolah Menengah Atas Kota Bandung Dalam Pembelajaran Daring Selama Pandemi Covid-19. 9(2), 992–1007.
- Tiara, S. A., & Sulistyowati, R. (2022). Pengaruh Country Of Origin Dan Brand Love Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Nature Republic Di Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* P-ISSN 2337-6078 Volume, 10(1), 1583–1590.
- Trisnowati, J., & Indah Sari, R. D. N. (2021). Kajian Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kecantikan Merek Oriflame Di Yogyakarta. *Probank*, 6(2), 264–271. <https://doi.org/10.36587/probank.v6i2.1082>

Yanti, & Winda. (2020). Pengaruh Brand Image, Gaya Hidup Konsumtif, Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mutia Vie Skincare Dan Natasha Skincare (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2017- 2019). 2, 17–73.

