

DAFTAR PUSTAKA

- Al Chalabi dan Turan, (2023). Analisis Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pelanggan terhadap Voucher Gratis Ongkos Kirim E-Commerce Shopee Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(5), 678–685.
- Adelia, D., & Susilarini, T. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen Skin Care Emina pada Remaja Putri. *Psikologi Kreatif Inovatif*, 3(3), 28–37.
<https://doi.org/10.37817/psikologikreatifinovatif.v3i3.3028>.
- Astuti, W. Y., Anwar, S. M., & Junaidi, J. (n.d.). *The Effect Of Product Quality And Online Customer Reviews Through Consumer Attitudes On Purchasing Decisions For Skincare Skintific On Students Of Muhammadiyah University Palopo*. 1(1), 2157–2163.
- Bagus Handoko, Fahlevi, A., & Siregar, M. S. (2021). Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen. *Analisis Pengaruh Servant Leadership Dan Employee Empowerment Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Organizational Citizenship Behavior Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. PLN (Persero) UIP3B Sumatera UPT Medan)*, 8(2), 42–50. Regresi, korelasi, visual basic%0Apendahuluan
- Nufrikhat, U. D., Hendayana, Y., & Sulistyowati, A. (2024). PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KARTU SMARTFREN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *IJESM Indonesian Journal of Economics and Strategic Management*, 2(3), 2186-2199.
- Feny, W. R., & Sutedjo, B. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Skincare MS Glow Beautyhome di Demak). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 168–181.

- Ade Heryana. (2024). | Frame, S - *Populasi dan Sampel: Kerangka Sample Size , Sampling Frame , dan Sample Inclusivity pada Penelitian Kuantitatif – Juni 2024*|. June, 1–13. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.28040.02569>
- Hayati Ramadhani, N. A. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Brand Equity, Viral Marketing, Brand Ambassador, Review Produk, dan Customer Relationship, Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Skintific di Tiktok Shop. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi “Mufakat,”* 2(4), 703–717.
- Hafidzi, M. K., Wijayanti, M., & Kurniawan, D. (2024). PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BRODO:(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2020-2022). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(8), 411-424.
- Imam Hasani, & Hartin Kurniawati. (2024). Strategi Pemasaran dan Branding dalam Wirausaha Kopi Botol. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(4), 12–25. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i4.975>
- Indah, A., & Ferdiani, I. (2024). *Pengaruh Product Ingredients , Brand Ambassador dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Viva Cosmetics di Kota Bandung dan Asosiasi Kosmetika Indonesia (PPA Kosmetika Indonesia), industri kosmetik Indonesia sekarang menjadi merek . 3.*
- Latuconsina, Z., Tamher, E. R., Tahapary, G. H., Chatib, A. S., & Nuryanto, U. W. (2022). The Influence of Islamic Branding and Product *Ingredients* on Interest in Buying Sasha Siwak Toothpaste In Ambon City. *Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*, 2(4), 480–488. <https://doi.org/10.35877/454ri.daengku1106>
- Lestari, D. P., & Widjanarko, W. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga

- Dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso.Id Di Marketplace Shopee. *Jurnal Economina*, 2(3), 753–765. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.398>
- Marisa, O., & Rowena, J. (2020). Pengaruh Price Fairness Terhadap Repurchase Intention High End Make Up Dan Skin Care Pada Generasi Milenial Di Jakarta. *Jurnal Bina Manajemen*, 8(2), 67–77. <https://doi.org/10.52859/jbm.v8i2.87>
- Masruroh, B., & Rafikasari, E. F. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran, Sertifikasi, dan Bahan Baku Halal terhadap Minat Beli Produk Halal: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(5), 868–884. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i5.1134>
- Ph.D. Ummul Aiman, S. P. D. K. A. S. H. M. A. Ciq. M. J. M. P., Suryadin Hasda, M. P. Z. F., M.Kes. Masita, M. P. I. N. T. S. K., & M.Pd. Meilida Eka Sari, M. P. M. K. N. A. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.
- Citra (2023). Produk, P. D., Produk, K., & D. A. N. (2023). *Jurnal economina*. 2(September), 2429–2438.
- Purwanto, E. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Spontan. *Journal MISSY (Management and Business Strategy)*, 4(1), 77–83. <https://doi.org/10.24929/missy.v4i1.2760>
- Puspita Sari, T., & Ambardi, A. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* the Originote. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail Universitas Muhammadiyah Sukabumi*, 4(2), 85–92. <https://doi.org/10.37150/jimat.v4i2.2252>
- Putri, J. A., & Syahputra. (2023). The Influence Of Celebrity Endorser, Advertising, And Brand Image On Purchase Intention Of Beauty Products In Bandung. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 3399–3409. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>

- Rendelangi, A. B., Sahyuni, S., & Manan, L. A. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Alvian Resa Prianto Desa Ambaipua Kecamatan Ranomeeto Kabupaten Konawe Selatan. *Sultra Journal of Economic and Business*, 4(1), 60–71. <https://doi.org/10.54297/sjeb.v4i1.454>
- Riza Andrian Septian, & Sita Deliyana Firmialy. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Ulasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Skintific. *Jurnal Ekuilnomi*, 5(2), 425–432. <https://doi.org/10.36985/ekuilnomi.v5i2.759>
- Saputra, F., Ali, H., & Mahaputra, M. R. (2023). Peran *Ingredients*, Influencer Review dan Live Streaming Marketing terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk *Skincare* Varian Mugwort. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial (JKIS)*, 1(3), 141–153. <https://dinastires.org/https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal MiraiManagement*, 8(1), 206–211. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download/4054/2644>
- Setyaningsih, F. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *JMB: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 221–230. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4233>
- Shobri, M., & Jaosantia, J. (2021). Manajemen Pemasaran Pendidikan Tinggi Islam. *ACIEM (Annual Cenference on Islamic Education Management)*, December, 747–761.

Talopod, R. V, Tampi, J. R. ., & Mukukan, D. D. . (2020). Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* dan Kosmetik the Body Shop Manado Town Square. *Jurnal Manajemen*, 1(3), 251–255.

Wardani, P. E., Kriestian, A., & Adhi, N. (2022). The Influence of Brand Ambassador, Country of Origin, and Brand Image on Purchase Decisions of *Skincare* Products. *Asian Journal of Entrepreneurship*, 3(3), 88–98. <https://doi.org/10.55057/aje.2022.3.3.8>

Wowor, C. A. S., Lumanauw, B., & Ogi, I. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1058–1068.

Zahra, F., Rianto, M. R., Woestho, C., Bukhari, E., & Widjanarko, W. (2024). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli *Skincare* . *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management (IJESM)*, 2(1), 598–616