

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. (2015). Manajemen strategi pemasaran. *Bandung: Pustaka Setia*.
- Agustin, N., & Amron, A. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare Pada Tiktok Shop. *Kinerja*, 5(01), 49–61.
- Alfatiha, R. A., & Budiatmo, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Du Cafe Semarang). In *Jurnal Administrasi Bisnis: Vol. IX*.
- Alfiah, A., Suhendar, A., Yusuf, M., Studi Administrasi Bisnis, P., & Tinggi Ilmu Administrasi Bandung, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 492–503. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3926>
- Ananda, A. N., & Jamiat, N. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Nature Republic*.
- Arianto, N., Sabta, D., & Difa, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Nirwana Gemilang Property. In *Jurnal Disrupsi Bisnis* (Vol. 3, Issue 2).
- Ariella, I. R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 3(2), 215–221.
- Awalya, S., Winarso, W., & Anas, H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Sunscreen “Merek Azarine”(Pada Generasi Z Bekasi). *Jurnal Economina*, 2(10), 2704–2721.

- Bakti, U., & Septijantini Alie, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. In *Jurnal Ekonomi* (Vol. 22, Issue 1). <https://mediakonsumen.com/2018/05/14/sur>
- Cahyani. (2023). *Dampak Penggunaan Skincare Untuk Meningkatkan Kepercayaan Diri Remaja Laki-laki Di De''La Gondangrawe*.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). *Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. 3(1), 2022. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Christiana, I., & Lubis, S. N. (2023). Peran Mediasi Minat Beli Pada Pengaruh Celebrity endorser Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *MOTIVASI*, 8(2), 121–130.
- Claudya, S., Komariah, N. S., Manajemen, P., Ekonomi, F., Bisnis, D., Bhayangkara, U., & Raya, J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Air RO Di KER-RO Bekasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen (JIAM)*, 17(2).
- Devteam. (2020, January 3). *Story Of Azarine*. <https://azarinecosmetic.com/story-of-azarine>
- Durianto, D., & Sugiarto, T. S. (2001). Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merek. *Jakarta: Gramedia Pustaka Utama*, 56, 58–59.
- Durianto, D., Widjaja Sugiarto, A. W., & Supratikno, H. (2003). Inovasi Pasar Dengan Iklan Efektif. *Jakarta: Cetakan Gramedia Pustaka*.
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 63. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.162.392>

- Ekon go. (2024, February). *Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy*. <https://www.ekon.go.id>
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17–32.
- Fajria, I. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Mustika Ratu. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 1–8.
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). Determinasi keputusan pembelian melalui minat beli: brand ambassador dan brand image (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42.
- Fauziah, S. N., Barkah, C. S., Aulina, L., & Sukoco, I. (2023). YouTube Advertisement Sebagai Implementasi Komunikasi Bisnis Pada Produk Skincare Lokal. *Scriptura*, 12(2), 82–91. <https://doi.org/10.9744/scriptura.12.2.82-91>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 Untuk Penelitian Empiris. *Semarang: Badan Penerbit UNDIP*, 4(1).
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72.
- Halim, N. R., & Iskandar, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415–424. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i3.291>

- Harahap, L. (2020). *Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square)*.
- Hartati, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Cosmetics Jafra Pada PT. Jafra Cosmetics Indonesia. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 10(01), 123–137.
- Hidayat, R. (2022). *The Influence of Price and Product Quality on The Purchase Decision Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian*. 3(2), 105–116. <http://jurnal.unda.ac.id/index.php/KEIZAI/index>
- Imelda, W. M., & Prihastuty, D. R. (2024). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Azarine Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 3(10), 61–70.
- Khumaeroh, F. A., Yanusa, N., Yulianto, A., & Riono, S. B. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus di Toko Kosmetik Levina Beauty Brebes). *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(4), 1–14.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1, terj. Bob Sabran (Jakarta: Erlangga, 2008), 12.
- Kumparan. (2024, October 24). *Apa Itu Skincare Overclaim yang Viral di TikTok? Ini Penjelasannya*. <https://m.kumparan.com/berita-hari-ini/apa-itu-skincare-overclaim-yang-viral-di-tiktok-ini-penjasannya-23mBjqCqXZV>
- Kuncoro, A. A. P., & Syamsudin, M. (2024). Perlindungan Konsumen terhadap Overclaim Produk Skincare. *Prosiding Seminar Hukum Aktual Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia*, 2(3), 73–84.

- Kurniawan, A. R. (2018). *Dasar-Dasar Marketing: Segala Hal Tentang Marketing dan Sales*. Anak Hebat Indonesia.
- Lystia, C., Winasis, R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). *Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. 3(4). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>
- Magdalena Dian. (2022, October 14). *Berawal Dari Produk Salon dan Spa, Ini Cerita Cella Vanessa Tentang Perjalanan Azarine Cosmetics* . <https://www.beautyjournal.id/article/interview-cella-vanessa-azarine>
- Mendur, M. E. M., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). The Effect Of Price Perception, Product Quality And Store Atmosphere On Purchasing Decisions At Immanuel Sonder Stores. In *Jurnal EMBA* (Vol. 9, Issue 3).
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Rismayati, R. D. (2022). Analisis Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli Pada Umkm Toko Distributor Produk Skincare Kfskin Babat Lamongan. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 16(1), 36–47.
- Nabila, N., Sapta Putra, S., Digdowiseiso, K., Ekonomi dan Bisnis, F., & Nasional, U. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman NU Greantea*.
- Ninin, S., Pandika, J., & Sagir, D. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Country Of Origin Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Skin Care Korea*. <http://www.ekonobis.unram.ac.id>
- Noel. (2016). *Consumer Behavior* . AVAPublishing.
- Nuryanti, A., Sapta Putra, S., Digdowiseiso, K., Ekonomi dan Bisnis, F., & Nasional, U. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Word Of Mouth Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Tas Texas Collection Ditoko Texas Collection Jakarta Timur*.

- Pangastuti, N. R., Citaningtyas, D., Kadi, A., & Sari, S. L. (2022). *Citaconomia : Economic and Business Studies Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Merek Emina Pada E-Commerce Shopee*. <https://ejournal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITACONOMIA/indexdex>
- Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literatute Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 660–669.
- Philip Kotler. (2009). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control, Millenium Edition*. Pretice-Hall,Inc.
- Pradinda, A. R. (2023). Pengaruh Label Halal Dan Tingkat Harga terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik Pixy. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 101–110.
- Purbohastuti, A. wahyuni, & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37–46. <https://doi.org/10.24123/jbt.v4i1.2480>
- Puspa, N., & Kutrami, A. (2024). *Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Azarine*.
- Puspita, C., & Budiarmo, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang). In *Jurnal Administrasi Bisnis: Vol. IX*.
- Putri, Hamdani, M., & Santosa, A. B. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Suncreen Azarine Di Gunung Putri. *JURISMATA*, 6(1), 37–48.
- Putri, S. Y., & Meria, L. (2023). Pengaruh persepsi nilai dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian yang di mediasi oleh minat beli. *Technomedia Journal*, 8(1 Special Issues), 92–107.

- Riska, C. F., Hendayana, Y., & Wijayanti, M. (2023). Pengaruh Ulasan Konsumen, Kualitas Produk dan Marketing Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(10), 2722–2739.
- Robi'ah, 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.
- Romlah, & Sudarusman, E. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Sunscreen Azarine di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(2), 1–14.
- Saffana, N., & Julaeha, L. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Brand Ambassador, Terhadap Keputusan Pembelian Azarine Cosmetic*. 3(1). <https://doi.org/10.56127/jukim.v3i01>
- Sari. (2020). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Emina Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatra Utara Medan*.
- Sari, Ismail, Y., & Sulatri, K. (2022). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Terkait Overclaim Pelaku Usaha dalam Label Obat Ditinjau dari Pasal 8 Ayat (1) Huruf d Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. *Yurijaya: Jurnal Ilmiah Hukum*, 4(1).
- Sari, R., & Ganesha, P. (2021). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise)*. 5(3), 2021.
- Sarstedt, Crishtian M. Ringle, & Joe Hair. (2017). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling*.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. In *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 2, Issue 1).

- Selvia, M., & Tumbel, A. L. (2022). The Effect Of Price And Product Quality On The Purchase Decision Of Scarlett Whitening Products On Student Of The Faculty Of Economics And Business Sam Ratulangi Manado University. In *Djemly 320 Jurnal EMBA* (Vol. 10, Issue 4).
- Seno. (2024, July 9). *Perawatan Kulit Terus Berkembang dari Zaman ke Zaman*. Radio Republik Indonesia . <https://rri.co.id/lain-lain/812147/perawatan-kulit-terus-berkembang-dari-zaman-ke-zaman>
- Setiyaningrum, A., & Udaya, E. (2015). *Prinsip-prinsip pemasaran*.
- Sriyanto, A. (2017). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian. *FAMOUS: Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 1(02).
- Sujarweni. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. PT.PUSTAKABARU.
- Suriadi, Sulistyo Budi Utomo, Rendro Laksmono, Rudi Kurniawan, & Loso Judijanto. (2024). Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(1), 507–513. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.1940>
- Susilowati, I. H., & Utari, S. C. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Apotik MAMA Kota Depok. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 134–140.
- Taan, H. (2021). Kemudahan Penggunaan Dan Harga Terhadap Minat Beli Online Konsumen. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 89–96.
- Tania, A. E., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 75–84.

- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. In *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen* (Vol. 5, Issue 1). <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm>
- Tjiptono, & Diana. (2022). *Manajemen Dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. CV.ANDIOFFSET.
- Tjiptono, F. (2014). Indikator Kualitas Produk. *Jurnal Universitas Ellyani: Sidoarjo*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran Strategik* (F. Tjiptono, Ed.). PENERBIT ANDI.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran* (F. Tjiptono, Ed.). CV. ANDI OFFSET.
- Ummat, R., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(6), 2279–2291.
- Wibawa, T., & Wijaya, S. (2024). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Commerce Shopee. *Reviu Akuntansi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(1), 95–105. <https://doi.org/10.35912/rambis.v4i1.3109>
- Yanti, M. M., & Budiatmo, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Gelael Ciputra Mall Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 582–589.
- Yuniarto, H., Fadhli Nursal, ; M, Panday, ; Rorim, Ekonomi, F., Bhayangkara, U., & Raya, J. (2019). *Matahari (Studi Kasus Pada Customer Base Online Shop Produk Matahari Harga Gudang)*.

Yunovirul Universitas Nusantara PGRI Kediri Jl Ahmad Dahlan No, D. K.,
Mojoroto, K., Kediri, K., & Timur, J. (2022). *Pengaruh Harga Dan Kualitas
Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel
Mediasi.*