

DAFTAR PUSTAKA

- Adaby, O., & Nurhadi. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Produk Erigo Apparel. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 12(1), 35–46. <https://doi.org/10.35957/forbiswira.v12i1.2476>
- Adriana, N. C., & Ngatno, N. (2020). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Sariayu Martha Tilaar di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 198–208. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26322>
- Anisah Fitria Efendi1, Vicky Brama Kumbara, E. S. (2025). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Toko Liza Kosmetik Padang. *Jurnal Riset Manajemen*, 3(1), 259–270. <https://doi.org/10.54066/jurma.v3i1.3026>
- Annisa Farhanah, & Achmad Mufid Marzuqi. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Herbal Beauty di Kabupaten Sukoharjo. *Academia: Jurnal Ilmu Sosial Humaniora*, 3(2), 107–123. <https://doi.org/10.54622/academia.v3i2.60>
- CNBC. (2024). *Top 10 Brand Kosmetik Terlaris*. <https://www.cnbcindonesia.com/research/20240408105805-128-529320/lampau-wardah-hanasui-jadi-kosmetik-paling-laris>
- Compas.co.id. (2022). *Brand Makeup Lokal Terlaris Periode April – Juni 2022*. https://compas.co.id/article/brand-makeup-lokal/?utm_source
- Compas.co.id. (2024). *Peningkatan Produk Perawatan dan Kecantikan*. <https://compas.co.id/article/penjualan-produk-perawatan-kecantikan>
- Databoks. (2022). *Survei: 54% Konsumen Kosmetik Lebih Pilih Brand Lokal*. <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/be642822a2b29fd/survei-54-konsumen-kosmetik-lebih-pilih-brand-lokal>
- Ekowati, D., Sukmarani, W., Susilawati, R., & Irfanudin, T. (2024). Pengaruh Brand Image, Desain Produk, Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian. *Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 3(8), 62–74. <https://doi.org/10.29407/e66pdd09>
- Farid Maulana, Juharsah, Yusuf, H. (2025). Dampak Content Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Innisfree. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 17(1), 63–74.
- Ferry Anggara, Nur Hidayati, R. W. A. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Lamela. *Jambura Economic Education Journal*, 7(1), 20–34. <https://doi.org/10.37479/jeej.v7i1.29271>
- Firmansyah, D. M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen)*. CV BUDI UTAMA.
- Foeh, J. E. H. J., & Aini, R. T. N. (2023). Pengaruh Periklanan, Harga dan Kualitas Produk

- Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening pada Produk Teh Botol Sosro di Tokma Ciburung. *Jemsi (Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi)*, 4(3), 587–597. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v4i3>
- GoodStats. (2024). *Brand Kecantikan Lokal Geser Dominasi Brand Global pada 2024*. <https://goodstats.id/article/brand-perawatan-kecantikan-lokal-menggeser-dominasi-brand-global-pada-2024-gQLD2>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_5
- Haitao, N. (2022). The Role of Brand Image and Product Quality on Purchase Intention (Study Literature Review). *Dinasti International Journal of Management Science*, 4(1), 166–174. <https://doi.org/10.31933/dijms.v4i1.1466>
- 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. <https://doi.org/10.22437/jmk.v10i01.12653>
- Herdiansyah, C., Welsa, H., & Cahyani, P. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Management Development and Applied Research Journal*, 4(2), 83–89.
- Imam Ghozali, M. C., & Kusumadewi, K. A. (2023). *SMART-PLS 4.0* (Smart PLS). Yoga Pratama.
- Irwan, I., & Wibowo, E. A. (2021). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis (Jmob)*, 1(4), 609–624. <https://doi.org/10.33373/jmob.v1i4.3785>
- Kasman, Abdillah, D. J., & Yusuf, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Marketplace Lazada. *Jurnssl Economina*, 2(9), 2274–2293. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.810>
- Keller, K. L. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (5th Editio). Pearson.
- Kholiqoh, N., Sa'adah, N., Surohit, S., Amrullah, S., & Sanjaya, V. F. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 3(1), 128–134. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2024.03.1.13>
- Kolinug, M. S., Mananeke, L., & Tampenawas, J. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 101. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41293>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14* (14th ed.). Pears.
- Kotler, P., & Lane, K. K. (2016). *Marketing Management 15 Global Edition* (15th ed.). Pearson.
- Kusuma, S. S., Wijayanto, A., & Listyorini, S. (2022). Pengaruh Brand Image, Kualitas

- Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Merek Uniqlo (Studi pada Konsumen Uniqlo Dp Mall Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 807–813. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35892>
- Lamasi, W. I., & Santoso, S. (2022). The influence of promotion, product quality and brand image towards customer purchase decisions of Wardah cosmetic products. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478), 11(2), 67–73. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i2.1579>
- Lestari, T., & Suharyanto. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Kedai Kopi Lain Hati di Grand Galaxy City Bekasi). *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (JUMPA)*, 9(2), 10–24. <https://doi.org/10.55963/jumpa.v9i2.459>
- Mahendra, R. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Online Marketing, Electronic Word of Mouth dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Fellas.Co. *Performa*, 6(3), 255–264. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i3.2528>
- Maro'ah, A., & Rosyidi, S. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow Di Rembang Kota. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 7(1), 434–442. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1429>
- Maulani, F. D., Putri, D. M., Fitri, F., & Hidayah, N. (2025). Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi (Survei Pada Konsumen McDonald ' s Di Surakarta). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 5(1). <https://doi.org/10.55606/jurimea.v5i1.1146>
- Mely Susianawati, A. N. (2022). *Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap keputusan Pembelian Mascara Maybelline*. <https://doi.org/10.29040/jie.v6i2.4977>
- Nirma, N., Welsa, H., & Hutami, L. T. H. (2023). Pengaruh Kualitas Dan Inovasi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Batrisyia Dengan Variabel Intervening Minat Beli. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 8(3), 778–789. <https://doi.org/10.31932/jpe.v8i3.2931>
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 150–160. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.473>
- Pratiwi, C. S., & Sidi, A. P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Body Whitening. *Relasi Jurnal Ekonomi*, 18(1), 192–204. <https://doi.org/10.31967/relasi.v18i1.531>
- Prihartini, E., Mahiri, E. A., Hakim, A., Kurnadi, E., Endorse, C., & Konsumen, M. B. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorse Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Toko Elzatta Majalengka. *Jurnal Imialh Manajemen Dan Ilmu Sosial*, 4(3), 775–783.
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.526>

- Puspita, C. M., & Budiatmo, 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). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 268–275. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28079>
- Putra, Y. P., Purwanto, H., & Sulistiyowati, L. N. (2022). Kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening. *MBR (Management and Business Review)*, 6(1), 69–80. <https://doi.org/10.21067/mbr.v6i1.6952>
- Putri, I. P., & Wulansari, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Outlet Ayam Bakar Irzah Cabang Serua Ciputat Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIMAWA)*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.32493/jmw.v2i1.19218>
- Rina Budiarti, & Tika Nirmala Sari. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Potensi Utama). *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 01–14. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i1.572>
- Rizki, M., & Mulyanti, D. (2023). Pentingnya Strategi Pemasaran Melalui Penguatan Citra Merek Dety Mulyanti. *Jurnal Ebismen*, 2(1), 240–245. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i1.680>
- Saputro, A. an. W., & Irawati, Z. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Minat Beli Produk Second Brand. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 646–651. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i3.515>
- Senen, D. M., Machmud, R., & Mendo, A. Y. (2025). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Skincare Skintific Di Erby Shop. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akutansi Keuangan Bisnis Digital*, 4(1), 15–24. <https://doi.org/10.58222/jemakbd.v4i1.1221>
- Setiabudhi, H., Suwono, Setiawan, Y. A., & Syahrul Karim. (2024). *Analisis Data Kuantitatif dengan SmartPLS 4*. Borneo Novelty Publishing.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung Cv.
- Suhartini, E. a. (2023). *Manajemen Pemasaran Produk* (M. . Muh Asdar, S.E. (ed.)). Lajagoe Pustaka.
- Susanto, Y., & Realize, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada PT Ndexindo Mandiri Indonesia. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 5(2), 508–518. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i2.459>
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality Dan Customer Satisfaction* (Edition 4). CV Andi Offset.
- Tri Harto Katamso, & Sugianto Sugianto. (2024). Pengaruh Brand Image, Brand Experience dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Kecantikan Scarlett Whitening. *MASMAN: Master Manajemen*, 2(1), 165–183. <https://doi.org/10.59603/masman.v2i1.324>

- Victoria, J. (2024). *Skincare Lokal Andalkan Inovasi & Penjualan Online*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20240627160933-35-549944/saingi-brand-impor-skincare-lokal-andalkan-inovasi-penjualan-online>
- Vina Ulpatun Nikmah, R. H. P. (2024). Pengaruh Brand Image , Brand Trust , dan Iklan di Sosial Media terhadap Keputusan Pembeli Konsumen pada Produk Wardah. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 6(4), 557–564. <https://doi.org/http://doi.org/10.32493/JEE.v6i4.42002>
- Wardhana, A. (2020). *Brand Marketing: the Art of Branding*. CV Media Sains Indonesia.
- Wardhana, A. (2024). *Minat Beli Konsumen* (M. Pradana (ed.)). CV EUREKA MEDIA AKSARA.
- Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen*. PT KIMSHAFI ALUNG CIPTA.

