

DAFTAR PUSTAKA

- Adilah, R., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Serum Hanasui (Studi Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(10), 2823–2841. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.906>
- Aini, A., & Adinugraha, H. H. (2024). Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Marketplace Shopee Pada Masyarakat Kabupaten Pekalongan. *At-Tasyri': Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah*, 16(1), 19–25. <https://doi.org/10.47498/tasyri.v16i1.2425>
- Amaliah Amaliah, Yenny Ernitawati, & Dwi Harini. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Kasus Pengguna Produk Kosmetik Wardah, Emina, Viva Di Kelurahan Pasarbatang Brebes). *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 1(4), 272–289. <https://doi.org/10.55606/mri.v1i4.1872>
- Ambarwati, V., & Mathori, M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga pada Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Mediasi: Studi pada Konsumen Rocket Chicken di Kota Yogyakarta. *Jurnal Simki Economic*, 7(2), 621–630. <https://doi.org/https://doi.org/10.29407/jse.v7i2.847>
- Amelia, R., Andrian, A., & Sumantyo, F. D. S. (2023). Dampak Store Atmosphere, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sociolla Di Summarecon Mall Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(9), 2482–2501. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.828>
- 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>
- Anugerah, R. O. A., & Sumantyo, F. D. S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Harga Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Di Pt Agung Anugerah Motor Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(3), 766–784. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.399>
- Ardiyanto, F., & Kusumadewi, H. (2020). Pengintegrasian Technology Acceptance Model (TAM) dan Kepercayaan Konsumen pada Marketplace Online Indonesia. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 3(2), 177. <https://doi.org/10.33603/jibm.v3i2.2659>
- Arfa, D. A., & Mango, L. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Kepribadian terhadap Keputusan Pembelian pada Kosmetik Merek Hanasui. *Ekomen*, 23(2), 76–91. <https://ojs.unsimar.ac.id/index.php/EkoMen/article/view/570>
- Astutik, I. D., Suyanto, U. Y., Purwanti, I., & Yaumi, S. (2022). Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee : Analisis Harga dan Kualitas Produk dimoderasi Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2), 2169–2184. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.799> Keputusan

- Azri, A. K., Yulasma, & Khairi, A. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 02(03), 6. <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jebd/article/view/2360>
- Dandy, F., Chandra, K., & Soenarmi. (2024). Ck the Influence of Referral Marketing and Customer Trust on Purchasing Decisions Through Customer Satisfaction At Pt. Dharma Lautan Utama Surabaya. *IJEED (International Journal of Entrepreneurship and Business Development)*, 7(2), 345–352. <https://doi.org/10.29138/ijebd.v7i2.2660>
- Databoks.katadata.co.id. (2024). *Ino 10 Merek Pelembap Wajah Terlaris di E-Commerce pada Semester I 2024*. databoks.katadata.co.id. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/66c592cb0e150/ini-10-merek-pelembab-wajah-terlaris-di-e-commerce-pada-semester-i-2024>
- Dessyaningrum, C. (2020). Pengaruh Kualitas Mobile, Harga dan kualitas Produk dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal TEPAK Manajemen Bisni*, 12(3), 439–459. <https://jtmb.ejournal.unri.ac.id/index.php/JTMB/article/view/7877>
- Erdawati, Endarwita, & Ria Widiyari. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (e-WOM) dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare. *Journal of Social and Economics Research*, 5(1), 184–190. <https://doi.org/10.54783/jser.v5i1.82>
- Fauzi, R. U. A., Esmike, M., & Ardinigrum, A. R. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc. *Efektif: Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 14(1 Juni), 58–78. <https://doi.org/10.37159/era1vn92>
- Febriana, D. A., & Purwanto, S. (2023). Pengaruh Kepercayaan Dan Daya Tarik Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Bedak Tabur Pixy. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 6(1), 151–160. <https://doi.org/10.37481/sjr.v6i1.629>
- Female, D. (n.d.). *Viva Cosmetics - Viva Whitening Cream*. https://reviews.femaledaily.com/products/moisturizer/cream-1/viva-cosmetics/whitening-cream-41?cat=&cat_id=0&age_range=&skin_type=&skin_tone=&skin_undertone=&hair_texture=&hair_type=&order=newest&page=1
- Fitriani, L. K., Putri, S., & Fisya, A. (2023). Pengaruh Experiential Marketing, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handbody Lotion Viva Survei Pada Konsumen Cirebon. *Prosiding Firma*, 6681(6), 631–638. <https://doi.org/https://doi.org/10.55916/frima.v0i6.493>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Concepts, Techniques and Application using SmartPLS 3* (Ed. 2, Vol. 4). Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gimor, H., & Yuliviona, R. (2022). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Sate Taichan Senayan Buncab*. 14(2), 258–275. <https://ejurnal.bunghatta.ac.id/index.php/JFEK/article/view/20176>
- Goodstats. (2024). *Kualitas Produk Kecantikan Lokal Tak Kalah dari Merek Internasional*. goodstats. <https://data.goodstats.id/statistic/kualitas-produk-kecantikan-lokal-tak>

[kalah-dari-merek-internasional-IKSL](#)

- 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. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Evaluation of Formative Measurement Models*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_5
- Hanum, F., & Rahmani, N. A. B. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Emina Pada Kalangan Mahasiswi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Jmbi Unsrat)*, 9(3), 986–998. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jmbi/article/view/43668>
- Hashifah, S. N., & Nasution, A. E. (2024). Pengaruh E-WOM dan Price Terhadap Purchase Decision Melalui Consumer Trust Pada Kopi Kenangan di Cabang Medan Resort City. *Jesya*, 7(2), 1458–1474. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i2.1660>
- Hikmah, A., Saryadi, & Susanta Nugraha, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Gudang Kosmetik Purwokerto. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 398–404. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Irdha Yusra, & Widia Wati Rizki. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepercayaan Pelanggan (Konsumen) di Erha Skin Padang. *Indonesian Journal of Applied Accounting and Finance*, 1(1), 85–113. <https://doi.org/10.31961/ijaaf.v1i1.1166>
- Irfan, S., Halik, A., & Panjaitan, F. A. B. K. (2022). Analysis of the Influence of Product Quality and Price Perceptions on the Purchase Decision of Orthopedic Implant Products (Kangli) Through Consumer Trust as Intervening Variables in Pt. Java Almeda Mandiri in Surabaya. *International Journal of Scientific Engineering and Science*, 6(1), 27–34. <http://ijses.com/>
- Khumaeroh, F. A., Yanusa, N., Yulianto, A., Riono, S. B., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Analisis 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. <https://jurnal.eraliterasi.com/index.php/jecmer/article/view/110/96>
- Kotler, Philip Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (S. Yagan (ed.); 14th ed.). <https://doi.org/10.2307/2548367>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Management & Marketing*. In S. Yagn (Ed.), *Pearson Prentice Hall* (14th Educa). Upper Saddle River, NJ Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Limanseto, H. (2024). *Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing->

[global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung-penguatan-blue-economy](#)

- Lukieto Cahyadi, & Khoirotun Nisa Br. Purba. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Pada Kosmetik Ms Glow Di Kota Tebing Tinggi. *Management And Business Progress*, 1(1), 36–44. <https://doi.org/10.70021/mbp.v1i1.21>
- Mardiana, A., & Faroh, wahyu nurul. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Lipstik Implora (Studi kasus pada Mahasiswi Reguler C Manajemen dan Bisnis di Universitas Pamulang). *Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)*, 4(1), 38–48. <https://doi.org/10.32493/jism.v4i1>
- McKnight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). Developing and validating trust measures for e-commerce: An integrative typology. *Information Systems Research*, 13(3), 334–359. <https://doi.org/10.1287/isre.13.3.334.81>
- Muryati, M., & Zebua, A. J. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(2), 748. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v21i2.1536>
- Mutia Arda, & Dewi Andriany. (2023). the Influence of Product Quality, Price and Electronic Word of Mouth on the Purchase Decision of Ms Glow Skincare. *International Journal of Educational Review, Law And Social Sciences (IJERLAS)*, 3(4), 1246–1256. <https://doi.org/10.54443/ijerlas.v3i4.960>
- Nadhril Adabi. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32–39. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Popilux. (2024). *Preferensi Brand Kecantikan dan Fashion di Indonesia*. Popilux. <https://info.populix.co/articles/kecantikan-dan-fashion/>
- Puji, S. F., Haidar, K., Abu, I., & Sutrisno. (2024). The Effect of Price and Product Quality on Purchasing Decisions. *Journal of Business Administration*, Vol 5 No 2(3), 25–39. <https://doi.org/https://doi.org/10.62794/je3s.v5i3.4284>
- Rahmawati, E., & Hendra Saputro, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Lip Cream Viva Cosmetics Di Shopee Bandung). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(1), 215–222. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.1828>
- Restuti, N., & Kurnia, M. (2022). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan Transaksi, Kualitas Informasi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Secara Online Pada Marketplace Shopee. *Borobudur Management Review*, 2(1), 24–40. <https://doi.org/10.31603/bmar.v2i1.6817>
- Rosanti, A. D., Arief, M. Y., & Pramesthi, R. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Nina Cemilan Prajekon Bondowoso. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(6), 1150. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i6.2166>
- Sakka, U. F., & Winarso, B. S. (2022). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia dengan Kepercayaan Sebagai Variabel

- Mediasi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11 no 2(2654–5837), 489–492. <https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/view/937>
- 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>
- Setiabudhi, H., Suwono, M. A., Yudi, M. S., Setiawan, A., Karim, S., Hardani, P., & Duari, H. (2024). *Analisis Data* (I. P. H. Duari (ed.)). Borneo Novelty.
- Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Winter Journal: Imwi Student Research Journal*, 1(1), 41–52. <https://doi.org/10.52851/wt.v1i1.5>
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo, S.Pd (ed.); 1 ed.). Alfabeta.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>
- Utami, R. P., & Cahyono, T. D. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote. *Nusantara Journal of Economics*, 5(2), 37–45. <https://doi.org/https://doi.org/10.37673/nje.v5i02.3744>
- Vera, V. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Di PASI (Persatuan Atletik Seluruh Indonesia) Kabupaten Bangka. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 3(1), 223–236. <http://repository.ubharajaya.ac.id/id/eprint/33553>
- Wahyu Ningsih, W. N., & Suhartono, S. (2024). Determinan Faktor Keputusan Pembelian Melalui Kpercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Shopee di Kota Yogyakarta). *Referensi : Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 12(1), 41–53. <https://doi.org/10.33366/ref.v12i1.5609>
- Watung, V. A., Wenas, R. S., & Kawet, R. C. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Diferensiasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Alfamart Cabang Motoling Minsel. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(2), 82. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.39400>
- Yu, M. C., Mai, Q., Tsai, S. B., & Dai, Y. (2018). An empirical study on the organizational trust, employee-organization relationship and innovative behavior from the integrated perspective of social exchange and organizational sustainability. *Sustainability (Switzerland)*, 10(3). <https://doi.org/10.3390/su10030864>