

DAFTAR PUSTAKA

- Afisa, M., & Muhajirin, M. (2024). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Revlon. *Journal of Student Research*, 2(2), 210-220.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. (2022). Pengaruh citra merek, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada e-commerce Tokopedia di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 663-674.
- Antika, W. P., & Fauzi, R. U. A. (2024, October). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KOSMETIK WARDAH DIKOTA MADIUN. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 6).
- Apriliani, HN, & Setyawati, HA (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Brand Image, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Moisturizer: Studi Pada Masyarakat Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 5 (3), 247-258.
- Ardiyanti, Y., Apriliani, R. A. E. P., & Efendi, B. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah*, 2(2), 100-108.
- Batee, M. M. (2019). Pengaruh media Sosial terhadap keputusan pembelian di toko kaos Nias Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313-324.
- Brilliany, E., & Nomleni, A. P. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Scarlett: The Effect Of Celebrity Endorser, Brand Image And Brand Trust On Consumer Purchase Interest Of Scarlett Products. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 72-77.
- Chalil, R. D., Sari, J. D. P., Ulya, Z., & Hamid, A. (2021). BRAND, ISLAMIC BRANDING, & REBRANDING “Peran Strategi Merek dalam Menciptakan Daya Saing Industri dan Bisnis Global.” Depok: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Emiliani, F., & Habib, M. A. F. (2024). Pengaruh Presepsi Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pinkflash pada Mahasiswi FEBI UIN SATU Tulungagung. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 3(2), 21-35.

- Fildzah, N. A., & Sari, D. (2017). Pengaruh celebrity endorser dan word of mouth terhadap keputusan pembelian produk Sweater Online Shop Alco di media sosial Instagram. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 11(2), 99-112.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran: dasar dan konsep*. Penerbit Qiara Media.
- Gecti, F., & Zengin, H. (2013). The Relationship between Kepercayaan Merek, Brand Affect, Attitudinal Loyalty and Behavioral Loyalty: A Field Study towards Sports Shoe Consumers in Turkey. *International Journal of Market Research*, 5(2).
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* Semarang: BP Universitas Diponegoro
- Ghozali., Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20*. UNDIP. Semarang
- Hardum, S. E. (2021). Tren Pengguna Kosmetik Meningkat, Indonesia Diprediksi Jadi Pasar Kelima Terbesar di Dunia. *Beritasatu.Com*.
- Haryadi, AR, Gunaningrat, R., & Suyatno, A. (2022). Pengaruh Pemasaran Media Sosial, Citra Merek dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Somethinc. *Jurnal Bisnis Manajemen dan Akuntansi (BISMAK)* , 2 (2), 8-17.
- Hasibuan, R. R. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Tenaga Penjual terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Import Oriflame di Spt 1507. *Jurnal Ekonomi*, 11(2), 1-12.
- Herviani, V., Hadi, P., & Nobelson, N. (2020, November). Analisis Pengaruh Brand Trust, E-WOM, dan Social Media Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Lipstick Pixy. In *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)* (Vol. 1, pp. 1351-1363).
- Ikbar, I. E. N., Dwiyanti, S., Kusstianti, N., & Megasari, D. S. (2024). KUALITAS DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN MAKE-UP ARTIS DALAM PEMILIHAN FOUNDATION UNTUK TATA RIAS WAJAH PENGANTIN INTERNASIONAL. *Jurnal Tata Rias*, 13(2), 95-101.
- Inggasari, S. M., & Hartati, R. (2022). Pengaruh celebrity endorser, brand image, dan brand trust terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(1).

- Kanuk, S., & Suryani, D. (2013). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Kotler, Keller. 2018. Manajemen Pemasaran. Edisi 13 J. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). Prinsip – Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). Prinsip-Prinsip Pemasaran (12 ed.). (A. Maulana, D. Barnadi, W. Hardani, Penyunt., & B. Sabran, Penerj.) Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Ang, S. H. (2018). *Marketing management: an Asian perspective*. Pearson.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). Manajemen Pemasaran. Edisi 13 J. Jakarta : Erlangga.
- Kustini, Nuruni Ika. "Experiential marketing, emotional branding, and brand trust and their effect on loyalty on Honda motorcycle product." *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura* 14.1 (2011). Khatimah, H. K., & Komalasari, D. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty PIXY Cosmetics Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Optimal: Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 16(1), 16-33.
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh online costumer review dan customer rating terhadap keputusan pembelian produk kosmetik di Sociolla. *Jurnal Mirai Management*, 5(3), 139-154.
- Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953-964.
- Lubis, R. S. B., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Gofood di Kota Batam. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 6(4), 354–364.
- Lupiyoadi, R. (2013). Manajemen pemasaran jasa. Salemba Empat.
- Luxcrime Official. (2024). About Us. Diakses 28 Februari 2024, dari <https://luxcrime.com>

- Makasidamo, F. P., Tampi, J. R., & Kalangi, J. A. (2022). Pengaruh Brand Image dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline di Manado. *Productivity*, 3(3), 199-204.
- Mardalena, T. N., Lubis, A. R., & Utami, S. (2018). Luxuri Fashion Brand Dengan Gender Sebagai Moderating Pada Pemasaran Media Sosial Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Magister Manajemen*, 2(1), 99–114.
- Melindawaty, M., & Istikomah, K. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN WORDS OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Kosmetik Emina Di Jakarta Selatan) : Universitas Budi Luhur. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBISMA)* , 2 (1).
- Nikmatulloh, A. W. (2019). Pengaruh Kesadaran Merek, Kepercayaan dan Harga Terhadap Minat Beli Online pada Marketplace Bukalapak (Studi pada Pengguna Bukalapak di Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(10), 837–848.
- Ningsi, W. P. W., & Ekowati, S. (2021). Pengaruh promosi di media sosial dan word of mouth terhadap keputusan pembelian skincare MS GLOW. *Jurnal manajemen modal insani dan bisnis (jmmib)*, 2(1), 50-57.
- Octavia, AN, Erlinda, D., & Lau, MP (2023). Analisis Citra Merek, Iklan dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA)* , 2 (02), 157-167.
- Oktaviani, M. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Nicholas Saputra Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Skintific. *JURIHUM: Jurnal Inovasi dan Humaniora*, 2(1), 17-24.
- Oscar, B., & Sumirah, D. (2019). Pengaruh Grooming Pada Customer Relations Coordinator (CRC) Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Astra international TBK Toyota Sales Operation (Auto2000) Pasteur Bandung. *Pro mark*, 9(1).
- Putri, S. H. D. E., & Saputra, A. (2023). Pengaruh citra merek, kepercayaan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pixy two way cake di kota batam. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 23(2), 60-71.
- Rahayu, TSM, & Handayani, R. (2023). Pengaruh Label Halal, Promosi di Media Sosial, dan Word of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow di Cilacap. *Turunan: Jurnal Manajemen* , 17 (1), 64-76.

- Rawi, N. T., Tambunan, S. R., Wiana, D., Sari, D. C., & Berutu, E. P. (2024). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Luxcrime. *Journal of Management and Creative Business*, 2(4), 206-227.
- Reast, John D. 2005. Brand Trust and Brand Extension Acceptance: The Relationship. *Journal of Product & Brand Management* (Online). 14/1, 2005, (www.emeraldinsight.com/1061-0421.html), 4-13
- Safitri, I., & Mauludi, A. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Emina Cosmetics Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Satu Tulungagung Angkatan Tahun 2018. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(3), 305-320.
- Satria, A. P., & Anggrainie, N. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Gaya Hidup Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 1(1), 240-253.
- sernovitz A. (2012), *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking*, published by Greenleaf Book Group Press, Austin, TX.
- Siswanty, Y. E., & Prihatini, A. E. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar (Studi Pada Konsumen Wanita Sariayu Martha Tilaar Yang Berada Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 380-388.
- Sugiyono, 2018. *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta
- Sugiyono, P. D. (2010). *Metode Peneliian. Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumaryanto, S., Widajanti, E., & Susanti, N. I. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Excellent*, 9(1), 93-110.
- Watulingas, D. P., Jan, A. B. H., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Price terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Maybelline di Gerai Mantos 2 Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 659-670.