

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, B., & Wibawanto, H. (2017). Edu Komputika Journal Pengembangan Aplikasi Tes Listening Di SMA Takhassus Al Qur'an Demak. *Edu Komputika*, 4(2), 13–19. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/edukom>
- Allya Ramadhina, & Mugiono, M. (2022). Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(1), 59–67. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.1.1.21>
- Dewi, R. S., & Afwa, A. (2024). *STREETFOOD (Studi Kasus pada Raun Raun Kota Pekanbaru)*. 35(1).
- Erianto, R. A., & Mashariono. (2018). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, Harga Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Furore Coffee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(5), 1–18. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1961/1967>
- Finthariasari, M., Ekowati, S., & Krisna, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Display Layout, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 149–159. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v8i2.1081>
- Firdaus, H., & Mulyono, J. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Varian Produk, Pelayanan, Promosi Dan Interior Cafe Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Sawerandah Lippo Cikarang Bekasi. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 76–100.
- Hajjar, S., Bakkareng, & Afrizoni, H. (2023). Pengaruh Marketing Mix Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Percetakan Paberta

Jaya Padang. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 63–75. <https://ejurnal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/834>

Hasniar, Masnani, S. W., & Agussalim, A. (2024). Jurnal Sarjana Ilmu Budaya. *Jurnal Sarjana Ilmu Budaya*, 4(05), 66–80.

Jalil, A., & Safrianto, A. S. (2023). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 24(2). <https://doi.org/10.35137/jei.v24i2.1099>

Jessisca, J., & Hamdan, U. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indah Sakti Motorindo Medan. *Journal Economic Management and Business*, 1(2), 187–196. <https://doi.org/10.46576/jfeb.v1i2.2840>

Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, Vol. 4(1), 71–85.

Jurnal, J., & Mea, I. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi). *Jurnal Ilmiah MEA*, 8(2), 228–245.

Madeliene silalahi, N. M. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc (Studi pada Mahasiswa PTN Kota Medan). *Jurnal Price : Ekonomi Dan Akuntansi*, 02(01), 13. <https://ejournal.seaninstitute.or.id/>

Marpaung, I. R., & Lubis, F. A. (2022). Pengaruh Iklan, Sistem COD, dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada TikTokShop (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Sumatera Utara). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 9(3), 1477–1491. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i3.44292>

Masnun, S., Makhdalena, M., & Syabrus, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(4), 3736–3740. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i4.4280>

Melindawaty, M., & Istikomah, K. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Kosmetik Emina di Jakarta Selatan). *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (JEBISMA)*, 2(1). <https://doi.org/10.70197/jebisma.v2i1.38>

Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.

Nopitasari, D., & Murwanti, S. (2025). *THE ORIGINOTE YANG DIMEDIASI OLEH CITRA*. 1–19. <https://doi.org/10.30606/99cpj390>

Pakan, E. D., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Beauty Influencer Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Facial Wash Garnier Di Surabaya. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(3), 764–772. <https://doi.org/10.37481/sjr.v5i3.535>

Prasetyo, B., & Hidayat, T. (2019). Pengaruh Promosi Dan Word of Mouth

Terhadap Keputusan Pembelian Produk Xyz Donut. *Jurnal Akuntansi*, 4(1), 937. <https://doi.org/10.30736/jpensi.v4i1.218>

Purnomo, H., & Ichsanudin. (2021). *Analisis Gaya Hedonis, Status Sosial, Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek*. 235. <http://repository.unpkediri.ac.id/id/eprint/9511%0Ahttps://books.google.co.id/books/about?id=SMIqEAAA...>

Puspitasari, D. A., Putri, N. K., & Nastiti, P. R. (2025). *Pengaruh Content Marketing , Online Customer Review dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Marketplace sebagai Tiktok Produk Fashion*.

Putra, B. N. K., & Vipraprastha, T. (2022). Personal Branding, Social Media Marketing, Dan Word of Mouth Dalam Meningkatkan Buying Decision Pada Konsumen E-Commerce Shopee. *Modus*, 34(1), 75–84. <https://doi.org/10.24002/modus.v34i1.5061>

Putri, A. A., Palilati, A., Harjoprawiro, L., Manajemen, J., & Oleo, U. H. (2024). *Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sunscreen azarine melalui celebrity endorsment sebagai variabel intervening 1*. 16(2).

Ratela, G. D., & Taroreh, R. (2016). Analysis of Differentiation Strategy, Quality Products and Price on Purchase Decision Coffee House in Coffee Island. *Jurnal EMBA, ISSN 2303-1174*, 4(1), 460–471.

Rumengan, G. (2022). Pengaruh persepsi harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk smartphone oppo di manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 40. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.39386>

Sandradewi, M. D. P., & Nurlinda, R. A. (2024). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 5(1), 50–68. <https://doi.org/10.47747/jbme.v5i1.1620>

Sinaga, R. P. Y. B., & Hutapea, J. Y. (2022). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Review Product Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Wardah pada Mahasiswa Unai. *Jurnal Intelektiva*, 3(8), 12–25.

Sinaga, S. M., & Rochdianingrum, W. A. (2024). Pengaruh Live Streaming, Online Customer Review, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare di Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(4), 1–19.

Sukmawati, D. A. R., Mathori, M., & Marzuki, A. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 579–599. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.487>

Susanti, T., & Susanti, D. N. (2021). Pengaruh Citra Merek, Variasi Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(6), 1157–1167. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v3i6.964>

Sutrisna, E., & Safitri, S. (2024). Pengaruh Media Sosial Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Pada Distributor Ms Glow (PT . Kosmetika Cantik Indonesia Cabang Panam Kota Pekanbaru). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(3), 1568–1576. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>

Tauwi. (2023). Pengaruh Persepsi Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap

Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Pada Cv. Marasa Ameroro. *SATUKATA: Jurnal Sains, Teknik, Dan Studi Kemasyarakatan*, 1(2), 51–60. <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SATUKATA/index>

Tua, G. V. M., Andri, & Andariyani, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv. Citra Nauli Electricsindo Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 140–154. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.266>

Nurjanah, S., & Khuzaini, K. (2024). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DIMEDIASI E-WOM (STUDI PADA PENGGUNA SCARLETT). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 13(10).

Suchita, N. B., Zulkarnain, Z., & Halim, E. H. (2024). Analisis kualitas produk, citra merek dan variasi produk terhadap minat beli dan keputusan pembelian pada konsumen brand skincare Somethinc di Kota Pekanbaru. *Jurnal Economica: Media Komunikasi ISEI Riau*, 12(1), 97-106..

Dewi, I. L., & Prabowo, B. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Celebrity Endorsement Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Melalui Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Scarlett Whitening Di Kota Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(4), 3905-3913.

Nafsyiah, H., Fauzi, R. U. A., & Setiawan, H. (2023, September). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DESAIN KEMASAN, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BRAND

SKINCARE SKINTIFIC (Studi Kasus Pada Konsumen di Kota Madiun).
In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 5).

Susanto, F. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, dan Wom terhadap Keputusan Pembelian Produk Herborist di Kota Batam* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).

Latief, R. (2018). *Word of Mouth Communication: Penjualan Produk*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia

<https://compas.co.id/article/face-wash-pria/>

