

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2019). *Manajemen Pemasaran*. PT RajaGrafindo Persada.
- Afifah, M. N., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina di Batam. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 328–340. <https://doi.org/10.37531/mirai.v8i1.3804>
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Arafah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Astutik, V. P., & Sutedjo, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek , dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms. Glow (Studi Kasus pada konsumen produk Skincare MS. GLOW di Kota Semarang). *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 7(2), 1065. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.581>
- Ferry Irawan, G. E., Sari, D. K., & Febriansah, R. E. (2025). Dapatkah Brand Image, Social Media Marketing & Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Parfume HMNS di Sidoarjo. *Jurnal E-Bis*, 9(2), 1050–1064. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v9i2.2543>
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Image, P. B., Produk, K., Harga, D. A. N., Keputusan, T., & Produk, P. (2025). *Pengaruh brand image, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk viva kosmetik pada generasi z*. 2(4), 442–454.
- Karimah, L., Hadi, S. P., & Prabawani, B. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan EWOM terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(2), 285–292.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12 ed.).

Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13 ed.). Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15 ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran* (12 ed.). PT Indeks.

Kotler, P. T., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. In *Pearson Education* ((17th ed.,). Pearson Education.

Latief, F. (2018). *Pemasaran Digital*. Deepublish.

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

Lee, J., & Lawson-Body, A. (2011). Perceived Price Fairness of Dynamic Pricing. *Industrial Management & Data Systems*, 111(4), 531–550.

Lestari, A. T., & Cahya, S. B. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Korea Lee Minho, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Azarine. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2).

Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (3 ed.). Salemba Empat.

Masturi, H., & Hardini, R. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Karate-Gi Merek Hokido Di Lima Dojo Wilayah Dki Jakarta. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 13(2), 87–98. <https://doi.org/10.47313/oikonomia.v13i2.508>

Merek, P. C., Produk, K., & Harga, D. A. N. (2025). *Laman jurnal*: <https://homanis.uho.ac.id/index.php/journal>. 2(2), 328–337.

Nugroho, A., & Soliha, E. (2024). Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Kecantikan: Peran Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Dan Celebrity Endorsement. *Jesya*, 7(1), 226–242. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1348>

Pakarti, A. I., Zaid, S., & Isalman. (2025). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada produk skincare The Originote di Kota Kendari. *Jurnal HOMANIS: Halu Oleo Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 328–337. <https://doi.org/10.55598/homanis.v2i2.82>

- Rahardika, S. P., & Hadi, M. (2021). Pengaruh Word Of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Scarlet Whitening Body Lotion Pada Mahasiswa Di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(1), 9–13.
- Rangian, M. C., Wenas, R. S., & Lintong, D. C. A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. 284 *Jurnal EMBA*, 10(3), 284–294.
- Robustin, T. P., & Fauziah, A. (2018). Pengaruh kualitas produk dan word of mouth terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada masyarakat di Kota Jember. Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis Ke-3, 94–101.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen* (7 ed.). PT Indeks.
- Sinulingga, D. A., Tarigan, E. D. S., Siregar, M. Y., & Khairunnisak, K. (2025). Pengaruh Product Involvement dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Scarelett. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 2334–2341. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.836>
- Sudarmin. (2023). Pengaruh Word of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Penjualan. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi Vol. 21, No. 3 Juli 2023, Hal 310-316 Fakultas*, 21(3), 310–316.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pemasaran*. Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2012). *Riset Pemasaran dan Konsumen* (Cetakan 1). IPB Press.
- Supranto, J., & Limakrisna, N. (2011). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran: Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis* (2 ed.). Mitra Wacana Media.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran* (4 (ed.)). Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran* (4 ed.). Andi Offset.
- Umar, H. (2010). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Rajawali Pers.