

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Ayuniah, P. (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma yang Mengambil Kuliah di Kampus Depok). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 22(3).
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Amini, r. (2022). Pengaruh *Brand Image* Dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Exclusive Matte Lip Cream Wardah Pada Masyarakat Desa Tanah Merah Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate* dengan Program IBM SPSS 21. Semarang: Badan Penerbit - Undip.
- _____ 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate* dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit - Undip.
- _____ 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate* dengan Program IBM SPSS 20. Semarang: Badan Penerbit - Undip.
- _____ 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate* dengan Program IBM SPSS 21. Edisi 7. Semarang: Badan Penerbit - Undip.
- _____ 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate* dengan Program IBM SPSS 21. Edisi Kesembilan. Semarang: Badan Penerbit - Undip.
- Hadi, Sutrisno. 2004. *Metodologi Research*. Jilid 3. Yogyakarta: Andi
- 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).
- Izzati, R. R. (2019). Pengaruh *Perceived Quality* Dan *Brand Image* Terhadap *Brand Trust* Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 15-24.

- 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), 101-111.
- Kawilarang, C. G., Tumbuan, W. J., & Loindong, S. S. (2022). Analisis Pengaruh *Celebrity Endorsement*, *Beauty Vlogger* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Lokal Somethinc. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 770-779.
- Kuncoro, Mudrajat. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Edisi ketiga. Jakarta: Erlangga.
- Musay, F. P. (2013). Pengaruh *Brand Image* terhadap keputusan pembelian (survei pada konsumen kfc kawi malang). (*Doctoral dissertation, Brawijaya University*).
- Muthiah, F., & Setiawan, B. (2019). Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Characteristic*, dan *Emotional Branding* terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(2), 259-267.
- Muhson, A. (2022). Analisis Statistik dengan *SmartPLS: Path Analysis, Confirmatory Factor Analysis, & Structural Equation Modeling*.
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (2023). *Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif*. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1), 183-188.
- Putri, T. A., Marwan, M., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh *Brand Image* dan *Perceived Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik La Tulipe Di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(4), 734-743.
- Rosyada, M. (2022). Analisis Pengaruh *Brand Awareness*, Label Halal dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 213-218.
- Supangkat, A. S., & Pudjoprastyono, H. (2022). Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sariayu Martha Tilaar di Kota Surabaya. *Widya Manajemen*, 4(2), 140-149.

- Suarniki, N. N., Budiati, P. L., & Afriana, R. A. (2022). Pengaruh *Brand Awareness* dan *Perceived Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Pengguna Smartphone Iphone di PT Teletama Artha Mandiri). *Dinamika Ekonomi-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(2), 278–287.
- Sutrasmawati, R. E. (2016). Pengaruh *Brand Awareness* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal*, 5(4).
- Sisnuhadi, S., & Sirait, S. K. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial, *Celebrity Endorser*, Dan *Perceived Quality* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(1), 45-56.
- Sriwendiah, S., & Ningsih, W. (2022). Pengaruh *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Pixy (Survei Pada Konsumen Toko Kosmetik Cahaya Baru Purwakarta).
- Surabagiarta, I. K., & Purnaningrum, E. (2021). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Awareness*, dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian The Body Shop. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 2(2), 294-301.
- Simamora, Bilson. 2004. Riset Pemasaran: *Falsafah, Teori, dan Aplikasi*. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Suliyanto. 2005. *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Umar, H. 2002. *Metodologi Peneitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Yuliansyah, A., & Handoko, T. D. (2019). Pengaruh *Perceived Quality* dan *Perceived Value* terhadap *Brand Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* J-Klin Beauty Jember. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 2(2), 292-301.