

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, Y. A. (2011). Persepsi Masyarakat mengenai Partisipasi dalam Peningkatan Kualitas Lingkungan Objek Wisata Pantai Lumpue Kota Parepare. *Skripsi. Fakultas Sains Dan Teknologi. Universitas* <https://core.ac.uk/download/pdf/198222212.pdf>
- Adhimah, S. (2020). Peran orang tua dalam menghilangkan rasa canggung anak usia dini (studi kasus di desa karangbong rt. 06 rw. 02 Gedangan-Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Anak*, 9(1), 57–62. <https://doi.org/10.21831/jpa.v9i1.31618>
- 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).* 2, 2823–2841.
- Agustin, M. A. D. P. (2023). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Pada Produk Ella Skincare. *Universitas Raden Mas Said Surakarta*, 1–126.
- Akbar Bahtiar, S. E., Saptadi, I. N. T. S., Kom, S., MT, M., Safitri, I., Widyaningsih Azizah, S. E., ... & Suruan, T. M. (2024). *MEMAHAMI METODOLOGI PENELITIAN.* Cendikia Mulia Mandiri. [https://books.google.co.id/books?id=xJTSEAAAQBAJ&lpg=PA37&ots=azJXG-LIEV&dq=Memahami Metodologi Penelitian. \(2024\). Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.&lr&hl=id&pg=PA4#v=onepage&q=Memahami Metodologi Penelitian. \(2024\). Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.&f=false](https://books.google.co.id/books?id=xJTSEAAAQBAJ&lpg=PA37&ots=azJXG-LIEV&dq=Memahami%20Metodologi%20Penelitian.(2024).YayasanCendikiaMuliaMandiri.&lr&hl=id&pg=PA4#v=onepage&q=Memahami%20Metodologi%20Penelitian.(2024).YayasanCendikiaMuliaMandiri.&f=false)
- Akbar, T. S., Fitrah, Y., & Rafli, M. (2023). Pengaruh, Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, Dan Loyalitas Merek Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Shopee. *Jurnal Neraaca Manajemen, Ekobnomi*, 3(1), 1–14. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/musytarineraca/article/view/1655>
- Alfiah, S. (2024). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Decision Pada Produk Wardah. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 13(2), 138–146. <https://doi.org/10.37476/jbk.v13i2.4586>
- Analisa. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Personality Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Korea(Aloevera) (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar)”. *Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Personality Terhadap Keputusan Pembelian*

Skincare Korea(Aloevera) (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar)”, 1–16.

Arif Saputra, H. (2023). Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen). *Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)*, 3(3), 285–292. <https://doi.org/10.32493/jism.v4i3>

Atiyah Ulfah, Dina Hermina, N. H. (2024). *DESAIN INSTRUMEN EVALUASI YANG VALID DAN RELIABEL DALAM PENDIDIKAN ISLAM MENGGUNAKAN SKALA LIKERT*. 8(12), 855–861.

Azarine Cosmetic. (2022). *Berawal dari Produk Salon dan Spa, Ini Cerita Cella Vanessa tentang Perjalanan Azarine Cosmetics*. SOCO by Sociolla. <https://www.soco.id/post/beauty/63212791f4f0836844730ddb/interview-cella-vanessa-azarine>

Dewi, N. W. P., & Ramantha, I. W. (2016). Profesionalisme Sebagai Pemoderasi Pengaruh Kemampuan Investigatif pada Pembuktian Kecurangan oleh Auditor. *E-Jurnal Akuntansi*, 15(2), 1029–1055.

Dinka Wardah Robiah, M. N. (2019). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin. *YUME : Journal of Management*, 5(1), 433–441. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.235>

Erdawati, Endarwita, & Ria Widiasari. (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>

Forester, B. J., Idris, A., Khater, A., Afgani, M. W., Isnaini, M., Islam, U., Raden, N., & Palembang, F. (2024). *Penelitian Kuantitatif: Uji Reliabilitas Quantitative Research : Data Reliability Test*. 4(3), 1812–1820.

Handayani, K. R., Susanti, R., Slamet, U., & Surakarta, R. (2024). *Pengaruh Persepsi Kualitas Produk , Citra Merek dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Skintific*. 3(3).

Hikmah, J. (2020). Paradigm. *Computer Graphics Forum*, 39(1), 672–673. <https://doi.org/10.1111/cgf.13898>

Hikmania Eka Febriyanti, N. A. (2023). *Neraca Neraca*. 1192, 226–239.

- Indiani, N. L. P. (2022). Peran Lokasi, Variasi Produk, Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 7(2), 158–165. <https://doi.org/10.38043/jiab.v7i2.3450>
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. [https://books.google.co.id/books?id=PYfCDwAAQBAJ&lpg=PR3&ots=mc6cJlptch&dq=Indrasari%2C M. \(2019\). PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN%3A pemasaran dan kepuasan pelanggan. Surabaya%3A Unitomo Press&lr&hl=id&pg=PA31#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=PYfCDwAAQBAJ&lpg=PR3&ots=mc6cJlptch&dq=Indrasari%2C%20M.%20(2019).%20PEMASARAN%20DAN%20KEPUASAN%20PELANGGAN%3A%20pemasaran%20dan%20kepuasan%20pelanggan.%20Surabaya%3A%20Unitomo%20Press&lr&hl=id&pg=PA31#v=onepage&q&f=false)
- Isvandiari, A., & Idris, B. Al. (2018). Pengaruh Kepemimpinan Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Central Capital Futures Cabang Malang. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 12(1), 17–22. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v12i1.7>
- Iyan Nurdiyan Haris, 2018. (2018). UJI PERSYARATAN ANALISIS. 15(1), 165-175
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Laraswati, C., & Harti, H. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek Dan Etnosentrisme Konsumen Terhadap Minat Pembelian Produk Somethinc. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 12(2), 185–196. <https://doi.org/10.37932/j.e.v12i2.564>
- Lestari, D. P., & Widjanarko, W. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso.Id Di Marketplace Shopee. *Jurnal Economina*, 2(3), 753–765. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.398>
- Lia, A., Ibdalsyah, I., & Hakiem, H. (2021). Pengaruh Persepsi Konsumen, Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Skincare SR12. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 263–273. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.788>
- Lutfiana, M. (2020). *Sittah: Journal of Primary Education*, Vol. 1 No. 1 April 2020. 1(1), 67–82.
- Mahadi Putra, A. H. P. (2019). Pengaruh Percieved Quality, Harga Dan Lifestyle Terhadap Minat Beli Produk Oldman.Co. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(11), 1038–1054. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i11.293>

Mahanani, E., & Sari, B. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Persada Indonesia Y.A.I. *Ikraith-Humaniora*, 2(2), 31–40.

Makbul, M. (2021). *METODE PENGUMPULAN DATA DAN INSTRUMEN PENELITIAN*. 6.

Mappadeceng, R., Tarmizi, A., & Dewita, L. N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Citra Merek Kopi Good Day di Kota Jambi. *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 44. <https://doi.org/10.33087/eksis.v15i1.434>

MARDIATMOKO, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>

Marlius, D. (2017). KEPUTUSAN PEMBELIAN BERDASARKAN FAKTOR PSIKOLOGIS DAN BAURAN PEMASARAN PT. INTERCOM MOBILINDO PADANG. *Jurnal Akuntansi*, 11(01), 57–66.

Maulana, A., & Lestariningsih, M. (2022). Pengaruh Harga, Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(9), 1–17.

Mayroza Wiska, Fenisi Resty, & Hidayatul Fitriani, H. F. (2022). Analisis Content Marketing Dan Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Pada Media Sosial Tik-Tok (Studi Kasus Generasi Z Kabupaten Dharmasraya). *Manajemen Dewantara*, 6(2), 153–162. <https://doi.org/10.26460/md.v6i2.12524>

Mugni, M., & Sunjaya, Y. (2022). Pengaruh Suasana Lingkungan Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Reni Jaya Cabang Majalengka. *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, 2(1), 163–173. <https://katadata.co.id/berita/2020/01/06/baru-83-peserta-bpjs-kesehatan-per-akhir-2019->

Muhammad, *, Gribaldi, F., Gribaldi, M. F., Prastyani, D., Penulis, K., & Com, F. (2024). Pengaruh Online Advertising, Social Media Marketing, dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Management and Social Sciences (JIMAS)*, 3(2), 29–52. <https://doi.org/10.55606/jimas.v3i2.1161>

- Mumtazah, E. F., Salsabila, S., Lestari, E. S., Rohmatin, A. K., Ismi, A. N., Rahmah, H. A., Mugiarto, D., Daryanto, I., Billah, M., Salim, O. S., Damaris, R., Astra, A. D., Zainudin, L. B., Noorrizka, G., & Ahmad, V. (2020). Pengetahuan Mengenai Sunscreen Dan Bahaya. *Jurnal Farmasi Komunitas*, 7(2), 63–68. <https://doi.org/10.20473/jfk.v7i2.21807>
- Nabillah, A. Z., Taruna, H. I., & Warsono. (2023). Pengaruh Media Sosial Promosi, Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Skincare Somethinc (Studi Kasus Pada Gen-Z Di Jabodetabek). *J-ADBIS : Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2), 64–73.
- Nafisa, Ri., Nasution, ute chairuz M., & Mulyati, A. (2023). Analisis Pengaruh Kreativitas Produk, Variasi Produk, dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Anna Cake N Cookies di Surabaya. *Jurnal Untag Sby*, 2(2), 429–441.
- Nia Octaviana, Indra Hastuti, N. H. (2024). *Harga, Kualitas Produk, Desain Kemasan Halal, dan Variasi Produk berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Skincare. I*(September), 204–210.
- Nina Sarifatul Jannah, M. Elfan Kaukab, M. T. (2024). *Jamasy : Jamasy : 4*, 88–98.
- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analsis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43–53. <https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>
- Nuraini, & Unwanullah, A. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS Glow Pada Mahasiswa Fakultas Keduruan Dan Ilmu Pendidikan UNIROW Tuban. *Jurnal Oportunitas Unirow Tuban*, 03(01), 35–41.
- Nurdiana, D. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Likuiditas terhadap Profitabilitas. *Menara Ilmu*, 12(6), 77–88. <https://jurnal.umsb.ac.id/index.php/menarailmu/article/viewFile/831/742>
- Nurhaliza, W., & Hariasih, M. (2020). *The Influence of Brand Image , Product Quality , and Sales Promotion on Purchase Decisions for Emina Products in Umsida Students [Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk , dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina pada Mahasiswa Umsi*. 1–13.
- Pertiwi, D. (2022). Jurnal EMAS. *Jurnal Emas*, 3(9), 51–70.

file:///C:/Users/ASUS/Downloads/17.218-231-1.pdf

- Pradita, R. A. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi Bambang Suryono Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi* , 8(2), 1–13.
- Pratiwi, W. N. G., & Wahyono. (2023). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Sub Sektor Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021. *JIMPS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3), 1423–1437. <https://jim.usk.ac.id/sejarah>
- Putri, A. K., & Junia, A. A. (2023). Pengaruh Live Streaming Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Of Social Science Research*, 3(4), 8238–8248.
- Ramadhan Fajar, A. (2022). Pengaruh Electronic word of mouth, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Medan. *Journal of Economics and Business*, 04(02), 1–9.
- Rindiasari, Hidayat, Yuliani, P. R., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas Dan Reliabilitas Angket Kepercayaan Diri. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(5), 367. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i5.7257>
- Rizky Fadilla, A., & Ayu Wulandari, P. (2023). Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data. *Mitita Jurnal Penelitian*, 1(No 3), 34–46.
- Rizky Parlika, Rayhan Rizal Mahendra, Muhammad Rafli Aulia Rojani Lutfi, Rizqy Khoirul Waritsin, & Ramadhan, H. M. T. (2022). Uji Validitas Website Pendataan Ekstrakurikuler Menggunakan Metode Correlation Pearson Dan Kappa Cohen. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer*, 8(2), 63–70. <https://doi.org/10.35329/jiik.v8i2.227>
- Sah, N. A., Amin, A. M., Musa, M. I., Aswar, N. F., & Hasdiansa, I. W. (2024). Rahasia di balik pembelian: Bagaimana E-WOM dan brand image mempengaruhi keputusan pembelian Skincare di Shopee. *Implementasi Manajemen & Kewirausahaan*, 4(1), 31–49. <https://doi.org/10.38156/imka.v4i1.392>
- Samsiah, S. (2018). *Dimana Mempromosikan Atau Me-*. 1–32.

- Sari, M. S., & Zefri, M. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura. *Jurnal Ekonomi*, 21(3), 311.
- Sekartaji, C. D., Tjandra, C. S., & Andriyani, B. (2022). Pengaruh Sosial, Bauran Promosi, Kondisi Ekonomi dan Keuangan, serta Green Skincare Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Green Skincare Product. *JEKU (Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 22(4), 328–336.
- Setiawan, H. S. (2018). Analisis Dampak Pengaruh Game Mobile Terhadap Aktifitas Pergaulan Siswa Sdn Tanjung Barat 07 Jakarta. *Faktor Exacta*, 11(2), 146. <https://doi.org/10.30998/faktorexacta.v11i2.2338>
- Siti Ainul Hidayah, R. A. E. . A. (2020). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan. *Journal of Economic, Business and Engineering*, 1(1), 26.
- Situmorang, S. H., Muda, I., Doli, M., & Fadli, F. S. (2010). *Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. USUpres. <https://books.google.co.id/books?id=ZjUWxHJWO4AC&lpg=PR3&ots=8B UGNLA5KA&dq=data primer merupakan&lr&hl=id&pg=PA1#v=onepage&q=data primer merupakan&f=false>
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Ker. *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 51–58. <https://doi.org/10.46975/aliansi.v17i2.428>
- Sopiyan, P. (2021). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Co Management*, 3(2), 471–478. <https://doi.org/10.32670/comanagement.v3i2.417>
- Sudarita, Y. M. I. M. (2020). Pengaruh E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Survey followers aktif akun @ Jelitacosmetic _). *Commercium*, 3(1), 36–40. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/34875>
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36.

<https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>

- Suryani, P., Cahyono, Y., & Utami, B. D. (2020). Pengaruh Motivasi dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Produktivitas Kerja pada Karyawan Bagian Produksi di PT Tuntex Garment Indonesia. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 1(1), 70–82. <https://jiemar.org/index.php/jiemar/article/view/28>
- Susanti, T., & Susanti, D. N. (2021). Pengaruh Citra Merek, Variasi Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah (Studi pada Konsumen Pengguna Lipstik Wardah di Kabupaten Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 3(6), 2021. <http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmmba/index>
- Suwardi, S., & Berliana, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Vans. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(05), 19–28. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i05.274>
- Syahroni, M. I. (2022). *Prosedur Penelitian Kuantitatif*. 2(3), 43–56.
- Virena, A. R., & Renwarin, J. M. J. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli dengan Kualitas Pelayanan sebagai Moderator. *Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis*, 8(3), 2744–2760.
- Wahid, A. A. (2020). Jurnal Ilmu-ilmu Informatika dan Manajemen STMIK Oktober (2020) Analisis Metode Waterfall Untuk Pengembangan Sistem Informasi. *Ilmu-Ilmu Informatika Dan ManajemenSTMIK*, 1–5.
- Wisudaningsi, B. A., Arofah, I., Konstansius, D., & Belang, A. (2019). STATMAT (Jurnal Statistika dan Matematika) PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN MENGGUNAKAN METODE ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Analisis Regresi Linear Berganda*, 1(1), 103–117.