

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin, Francis, T. (2016). *Manajemen Pemasaran*. PT RajaGrafindo Persada.
- Abrori, I., Agustin, T., & Sholihin, M. R. (2021). Effects of Prices, Product Quality, and Halal Labels on Repurchase Interest of Wardah at Avon Stores Purwoharjo Banyuwangi. *International Journal Of Marketing & Human Resource Research*, 2(2), 76–88.
- Adira, S., Putri, S. P., Argawinata, R., Apriyani, V., Elizah, S. N., & Hapsari, A. Y. (2022). Intensity of Repurchase of Madam Gie Cosmetic Products Based on Consumer Perspective ( Especially Beauty Vlogger in Bandung City ). *Central Asia And The Caucasus*, 23(1), 3966–3978. <https://doi.org/10.37178/ca-c.23.1.296>
- Agustina, & Julitriarsa, D. (2021). Pengaruh Pengalaman Konsumen dan Kepuasan Konsumen terhadap Niat Beli Ulang pada Pembelian Produk Skincare di E-Commerce Shopee. *Cakrawangsa Bisnis*, 2(2), 287–300.
- AKBAR, A. S. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Mcdonald’S Lampung. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 4(2), 59–68. [https://doi.org/10.26460/ed\\_en.v4i2.2491](https://doi.org/10.26460/ed_en.v4i2.2491)
- Alamudi, F. F. (2022). KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN WARUNG JUMBO SECARA ONLINE SELAMA MASA PANDEMI COVID-19 Sulistyio Budi Utomo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(12), 1–14.
- Albushairi, S. A., Huda, N., & Rifani, A. (2018). Perilaku Konsumen: Teori dan Aplikasi Pada Riset Pemasaran. In *PT Rajagrafindo Persada*.
- Andarini, Ayu, Fhitri, N. (2021). *KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS PELNGGAN PADA PRODUK SABUN PKS ( STUDI KASUS PADA IBU-IBU WARGA* Andarini, Ayu, Fhitri, N. (2021). *KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS PELNGGAN PADA PRODUK SABUN PKS ( STUDI KASUS PADA IBU-IBU WARGA DESA PEMATANG SEI BAR*. 3(1), 32–39.
- Anggrainia, Nova Arifainab, Andi Lana Damayanti, T. (2022). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUH MINAT BELI ULANG KONSUMEN DI MASA*. 2(1), 19–28.
- Chaerudin, R. M., Permana, T. E., Pasirkaliki, C., & Bandung, N. (2019). *Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Smartphone Android dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Di Lingkungan Mahasiswa Universitas Bandung Raya*. 1, 70–86.
- Dachi, A. (2020). Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan : Studi Pengguna Mobil Toyota Calya di Kota Bogor dan Bekasi. *JSHP : Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 4(2), 120–129. <https://doi.org/10.32487/jshp.v4i2.843>
- Daga, R. (2017). *CITRA, KUALITAS KEPUASAN PELANGGAN PRODUK DAN*. GLOBAL RESEARCH AND CONSULTING INSTITUTE.

- <https://www.researchgate.net/publication/334957485>
- Djaali. (2020). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. PT Bumi Aksara.
- Fandiyanto R, & Kurniawan R E. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang “Kopi Toraja” Di Coffee Josh Situbondo. *ECOBUSS : Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi Dan Bisnis* , 7, 21–42.
- Fandy, T. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Fauzi, M. R., & Mandala, K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6741. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p18>
- Firdaus, F. (2020). Pengaruh Persepsi Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Private Label Indomaret (Studi Pada Konsumen Indomaret Di Kecamatan Telanaipura Kota Jambi). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(1), 1–14. <https://doi.org/10.22437/jmk.v9i1.9234>
- Firmansyah, A. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. In *Buku Pemasaran Produk dan Merek*. CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
- Firmansyah, D. M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen)*. CV BUDI UTAMA. [https://www.academia.edu/37610166/PERILAKU\\_KONSUMEN\\_PERILAKU\\_KONSUMEN\\_MAKALAH\\_PERILAKU\\_KONSUMEN](https://www.academia.edu/37610166/PERILAKU_KONSUMEN_PERILAKU_KONSUMEN_MAKALAH_PERILAKU_KONSUMEN)
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Girsang, N. M., Rini, E. S., & Gultom, P. (2020). The Effect Of Brand Image And Product Quality On Re-Purchase Intention With Customer Satisfaction As Intervening Variables In Consumers Of Skincare Oriflame Users – A Study On Students Of North Sumatra. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 5(1), 40–57. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3627548>
- Hasan, A. (2018). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan* (Pertama). Media Pressdindo.
- Hasnatika, I. F., & Nurnida, I. (2019). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM “Duren Kamu Pasti Kembali” di Kota Serang. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(3), 1. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v4i3.1252>
- Herlambang, S. (2014). *Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran): Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*. Tri-Al-Bros Publishing.
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN & KEPUASAN PELANGGAN*. Unitomo Press.
- Ketut, Y. I. (2018). The Role of Brand Image Mediating the Effect of Product Quality. *Rjoas*, 11(November), 172–180.
- Kholik, Abdul, Maulida, Sri, Suganda, A. D. (2020). Perilaku Konsumen Ruang Lingkup Dan Konsep Dasar. In *Widina Bhaki Persada Bandung*.
- Kotler, Philip, K. (2016). *Marketing Management*. Erlangga.
- Kristyani, Okta Viana Kristyani, Kristiyana, N. (2022). Pengaruh Viral Marketing , Brand Experience , dan Brand Image terhadap Niat Pembelian Ulang. *10(2)*, 125–133.
- Lao, H. A. E. (2020). Manajemen Inovasi Dan Penciptaan Nilai Organisasi.

- Jurnal Humaniora*, 4(1), 237.
- Lestari, R., & Elwisam. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Pada Minat Beli Ulang Produk Mie Instant Sedaap. *Jurnal Ilmu Dan Budaya*, 41(63), 7495–7520.
- Mandasari, W. J., & Hidayat, I. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Iklan Dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Yamaha N-Max. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(9).
- Manuhutu, E. H. ., Alimudin, A., Wulandari, A., & Damayanti, E. (2021). The Effect of Product Innovation on Repurchase Intentions Mediated by Consumer Satisfaction of Oppo Smartphone Users. *Jurnal Ekonomi*, 21(2), 58–64. <https://doi.org/10.29138/je.v21i2.146>
- Mowen, John, C & Minor, M. (2012). *Comsumer Behavior* (11st Editi). Prentice Hall.
- Olo, A., Tamengkel, L. F., Walangitan, O. C., Studi, P., Bisnis, A., & Administrasi, J. I. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Sepeda Motor Honda CV. Lion Cabang Bacan. *Productivity*, 2(6).
- Qiana, D. A., & Lego, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Masker Sensi Di Tangerang. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(3), 649. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.13137>
- Resa, Anwar, Wardani, F. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett Di E-Commerce Shopee. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(5), 1370–1379.
- Rohadatul Anisa, N. (2021). Pengaruh Label Halal dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang (Survei Online Pada Pengikut Instagram @SafiIndonesia). *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(12), 2138–2146. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i12.453>
- Rohman, Isnanda Zainur, Naufaldi, F. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang. *Manajemen Dewantara*, 6(1), 53–60. <https://doi.org/10.26460/md.v6i1.11846>
- Saputra, S., & Yulistianis, S. R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Grand Setiabudi Hotel& Apartment. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 9(2), 21–31.
- Selim, N., & Kohardinata, C. (2021). Pengaruh Persepsi Nilai Dan Kemasan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Bab1. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(3), 252–261. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i3.1776>
- Setiawan, W., & Safitri, K. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Beras Batang Gadis Di Agen S. Riyadi Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3), 223–231. <https://doi.org/10.31955/mea.vol3.iss3.pp223-231>
- Setyani, T. P. H., & Gunadi, W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil All New Rio Kia Motors Indonesia (Pada PT. Radita Autoprime). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*

- Manajemen Unsurnya*, 1(1), 92–102.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. ANDI OFFSET (Anggota IKAPI).
- Tan, S., & Putu. (2020). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Wisley Golf & Sport Centre. *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 5(2), 110–118. [https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=PENGARUH+FASILITAS+DAN+KUALITAS+PELAYANAN+TERHADAP+KEPUASAN+KONSUMEN+PT.+WISLEY+GOLF+%26+SPORT+CENTRE&btnG=](https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=PENGARUH+FASILITAS+DAN+KUALITAS+PELAYANAN+TERHADAP+KEPUASAN+KONSUMEN+PT.+WISLEY+GOLF+%26+SPORT+CENTRE&btnG=)
- Tjiptono, F. dan Chandra, G. (2013). *Service, Quality & Satisfaction*. ANDI.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa*. Andi.
- Tri Basuki, Agus, Yuliadi, I. (2015). Electronic data processing. In *Archives of Environmental Health* (Vol. 3, Issue 5). <https://doi.org/10.1080/00039896.1961.10663066>
- Yanti Febrini, I., Widowati PA, R., & Anwar, M. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1), 35–54. <https://doi.org/10.18196/mb.10167>
- <https://www.antaranews.com/berita/1960216/kreativitas-kosmetik-lokal-di-era-industri-40?page=all>., diakses 2 Oktober 2022
- <https://id.m.wikipedia.org/wiki/kosmetik>., diakses 2 Oktober 2022
- <https://www.kompas.com/skola/read/2020/03/22/203000769/apa-itu-kosmetik?page=all>., diakses 2 Oktober 2022
- <https://www.cekindo.com/id/layanan/registrasi-kosmetik-indonesia>., diakses 2 Oktober 2022
- <https://www.kompas.id/baca/telaah/2022/03/12/mewaspada-menjamurnya-bisnis-kecantikan>., diakses 2 Oktober 2022
- <https://www.suara.com/pressrelease/2022/09/13/105011/hingga-juli-2022-industri-kosmetik-meningkat-83-dan-didominasi-ukm#:~:text=Selain%20itu%2C%20BPOM%20juga%20mencatat,UKM%2C%20yakni%20sebesar%2083%25>., diakses 3 Oktober 2022
- <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>., diakses 4 Oktober 2022
- <https://compas.co.id/article/data-penjualan-emina/>., diakses 4 Oktober 2022
- <https://compas.co.id/article/data-penjualan-emina-2/>., diakses 4 Oktober 2022
- <https://www.tribunnewswiki.com/2020/02/07/emina>., diakses 5 Oktober 2022
- [https://www.tokopedia.com/blog/top-produk-emina-kosmetik-bty/?utm\\_source=google&utm\\_medium=organic](https://www.tokopedia.com/blog/top-produk-emina-kosmetik-bty/?utm_source=google&utm_medium=organic)., diakses 10 Mei 2023