

DAFTAR PUSTAKA

- Aferonika, D., & Setiawan, M. B. (2021). The Influence of Lifestyle, Halal Label, and Price Perception on the Purchase Decision of Wardah Lipstick. *JIMUPB : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 16–22. <https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/jim/article/view/4694%0Ahttps://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/jim/article/download/4694/2314>
- Anneke Dwi Saputri, & Estika P Sani. (2022). Pengaruh Variasi Produk Dan Strategi Promosi Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Somethinc. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 7–28. <https://doi.org/10.55606/jurima.v2i1.146>
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk* (B. Nasution (ed.)). PT Inovasi Pratama Internasional. https://www.google.co.id/books/edition/Keputusan_Pembelian_Produk/nTxlEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran : UMKM dan Digital Sosial Media*. Deepublish.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haitao, N. (2022). Analysis of Product Variety and Price on Purchase Decisions. *International Journal of Advanced Multidisciplinary*, 1(1), 73–82. <https://doi.org/10.38035/ijam.v1i1.69>
- Indah, D. R., Afalia, I., & Maulida, Z. (2020). Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Vaseline (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra) *The Influence of Brand Image , Product Quality and Price on Purchase Decision of Vaseline*. 11(28), 83–94. <https://doi.org/10.33059/jseb.v11i1.1983>
- 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*. Unitomo Press.
- Kawilarang, C. G., Tumbuan, W. J. F. ., & Loindong, S. S. . (2022). Analisis Pengaruh Celebirty Endorsement, Beauty Vlogger dan Brand Image Terhadap

Keputusan Pembelian pada Produk Skincare Lokal Somethinc. *Jurnal EMBA*, 10(4), 770–779.

Kholidah, N. (2020). *Faktor-faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal*. NEM.
https://books.google.co.id/books?id=lzwWEAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=keputusan+pembelian&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwizn9Di0-ODAxW-7jgGHSIsCEUQuwV6BAgKEAg#v=onepage&q=keputusan+pembelian&f=false

Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management* (17th ed.). Pearson.

_____. (2016). *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks.

Kridaningsih, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Amino Dari Ultimate Nutrition Di Kota Mojokerto. *Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 7(2), 1–10.

Kusuma, A. E. T. (2023). *Konstruksi Kepuasan Untuk Loyalitas Pelanggan*. CV Intelktual Manifes Media.
https://books.google.co.id/books?id=jNLUeAAAQBAJ&pg=PA369&dq=persepsi+harga&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwiTmJy6yfkDAXVPXWwGHAYFApAQ6AF6BAgHEAI#v=onepage&q=persepsi+harga&f=false

Liana, W., & Oktavani, F. (2020). The Effect Of Green Marketing And Brand Image Toward Purchase Decision On The Face Shop Bandung. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAAR)*, 4(4).

Mewoh, I. A., Lopian, S. L. H. V. J., & Gunawan, E. M. (2023). *I . A . Mewoh ., S . L . H . V . J . Lopian ., E . M . Gunawan The Influence Of Brand Image , Product Variety , And Pricing Strategy On Purchase Decision Of Eyelash Extension At Lashthetique Manado (Study On Lashthetique Customers) Pengaruh Brand Image . 11(3), 359–370.*

Mujib, F., & Saptiningsih, T. (2020). *School Branding: Strategi di Era Disruptif*. PT Bumi Aksara.

Mukaromah, A. L., Kusuma, I. G. N. A. E. T., & Anggraini, N. P. N. (2019). The Effect of Green Marketing, Brand Awareness and Price Perception on Purchase Decision. *International Journal of Applied Business and International Management*, 4(3), 75–83. <https://doi.org/10.32535/ijabim.v4i3.685>

- Nata, S. D., & Sudarwanto, T. (2022). *Effectiveness of Brand Image , Content Marketing , and Quality Product on Purchase Decision of J-GLOW Products. Journal of Economics and Business Aseanomics* 7(1), 78–91.
- Nizamuddin. (2021). *Metodologi Penelitian: Kajian Teoritis dan Praktis Bagi Mahasiswa*. Dotplus Publisher.
https://books.google.co.id/books?id=66MqEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=buku+tentang+kerangka+pemikiran+teoritis&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwjLv9_nyIyEAxVijGHR5HBaUQ6wF6BAgMEAE#v=onepage&q=buku tentang kerangka pemikiran teoritis&f=false
- Nurdelila. (2022). *Buku Ajar Kewirausahaan*. CV Feniks Muda Sejahtera.
https://books.google.co.id/books?id=9zWKEAAAQBAJ&pg=PA66&dq=buku+variasi+produk&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwiooc2WvvqDAXUa7jgGHZiXAJMQ6AF6BAgHEAI#v=onepage&q=buku variasi produk&f=false
- Nursaimatussaddiya. (2022). *Keputusan Pemilihan Jasa Berbasis Citra Merek dan Promosi*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (9th ed.). Salemba Empat.
- Putri, D. E. (2021). *Brand Marketing*. Widina Bhakti Persada.
https://books.google.co.id/books?id=YVJFEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=buku+brand+image&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwj4htiMzvyDAXX1wTgGHfaZDeMQ6AF6BAgHEAI#v=onepage&q=buku brand image&f=false
- Rangian, M. C., Wenas, R. S., & Lintong, D. C. A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Ms Glow Skincare Di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 284. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41948>
- Rizal, A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0* (Pertama). CV Budi Utama.
https://books.google.co.id/books?id=RUvWDwAAQBAJ&pg=PA193&dq=faktor+yang+mempengaruhi+persepsi+harga&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwiW9tmP0fKDAXUecGwGHbMjATYQ6wF6BAgFEAE#v=onepage&q=faktor yang mempengaruhi persepsi harga&f=false
- Robi'ah, D. W., & Nopiana, M. (2022). 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>

- Rosita, D., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 494–505. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.200>
- Rustianah, Bintarti, S., Wicaksana, P. S. I., & Sari, R. (2022). The Effect Of Product Quality, Product Variation And Promotion Towards The Purchase Decision Of Viva Cosmetics. *Jurnal Ekonomi*, 11(01), 448–453. <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>
- Santika, N., & Supriyono. (2023). The Influence of Price Perception and Product Quality on Luxcrime Cosmetics Purchase Decisions Post-Covid-19 Pandemic. *International Journal of Asian Business and Management*, 2(4).
- Schiffman, & Kanuk. (2018). *Perilaku Konsumen*. Bagian Penerbit Indeks.
- Setiadi, J. (2016). *Perilaku Konsumen*. Kencana Perdana.
- Sitorus, S. A., & Romli, N. A. (2022). *Brand Marketing: The Art Of Branding*. CV Media Sains Indonesia.
- Siyoto, S., & Sodik, M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis: Untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Andi Offset.
- Swasta, & Handoko. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Gajah Mada.
- Thompson, & Peteraf. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. McGraw-Hill Education.
- Tonce, Y. (2022). *Minat dan Keputusan Pembelian: Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk (Konsep dan Studi Kasus)*. CV Adanu Abitama. https://books.google.co.id/books?id=96NxEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Umbola, F., Mawuntu, P., & Potolau, M. (2019). the Influence of Brand Image and Price Perception on Purchase Decisions. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 8(2), 16–21. <https://doi.org/10.37715/jee.v8i2.1120>
- Utama, A. P. (2023). *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar Dan Ruang Lingkup* (Issue April). <https://www.researchgate.net/publication/369913786>

Utami, C. W. (2015). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Salemba Empat.

Wardani, P. E., Kriestian, A., & Adhi, N. (2022). The Influence of Brand Ambassador, Country of Origin, and Brand Image on Purchase Decisions of Skincare Products. *Asian Journal of Entrepreneurship*, 3(3), 88–98. <https://doi.org/10.55057/aje.2022.3.3.8>

Zeithaml, & Bitner. (2019). *Service Marketing Integrating Customer Focus Across the Firms*. GrowHill.

Buku Pedoman Penyusunan Skripsi. 2021. Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.