

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, D. R., Fathoni, A., & Budi, L. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk CKE Teknik Semarang. *Journal of Management*, 1(2), 1–22.
- Alam, I. K., & Sarpan, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Ulang Mazaya Dekoratif Dan Skincare Pada Toko Tangga Mas Tambun. *Ikraith-Ekonomika*, 6(2), 284–291. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i2.2377>
- Anastasia, T. I., & Suwarno, A. E. (2022). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Manfaat, Presepsi Harga, Risiko, Terhadap Minat Beli Pada Situs Belanja Online (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta). In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial dan Teknologi (SNISTEK)* (Vol. 4, pp. 377-384).
- Anwar, R. N., & Wardani, F. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett Di E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(6), 1370–1379.
- Arqom, R. Y. (2022). *Gemah Ripah: Jurnal Bisnis, Volume 02, No. 03, Tahun (2022). 02(03)*, 1–17.
- Assauri, S. (2019). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. Yogyakarta: Deepublish.
- Atmajayanti, A. B., Wulandari, D. S., & Pitoyo, B. S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Make Over Di Kota Bekasi. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (JRIME)*, 2(2), 339-351.
- Bahari, A. F., & Basalamah, J. (2019). Analisis Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Customer Relationship Management Serta Dampaknya pada Kepuasan Peserta BPJS Ketenagakerjaan Kota Makassar. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 6(1), 11–21. <https://doi.org/10.33096/jmb.v6i1.155>
- Baskara, M. A., & Suwanto, H. (2023). Pengaruh Word Of Mouth Dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Timeless Coffee Bar). *Journal of Managiere and Business*, 1(2), 42–58.

- Budiman, M. C., Kurniawati, M., & Master of Management, Faculty of Economics and Business, Airlangga University. (2023). Analysis of the Influence of Service Quality and Perceived Risk Based on Type of Consumer on Consumer Satisfaction and its Impact on Repurchase Intentions of Kebomas NPK Fertilizer After Centralization at PT Petrokimia Gresik. *Journal Of Economics, Finance And Management Studies*, 06(09), 4270–4279. <https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i9-14>
- Chalil, R. D., Sari, J. D. P., & Bus, M. (2020). *Brand, Islamic Branding, & Rebranding*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Chulaifi, M. I., & Setyowati, E. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen jasa travel umrah dan haji pada PT. Sebariz Warna Berkah di Surabaya. *Jurnal Hasil Penelitian*, 3(1), 40–54.
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2018). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Dzulkharnain, E. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Iqtishadequity*, 1(2), 69–82.
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Fachrozie, R., Zulfita, E., Lubis, M. I., & Hazrah, S. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Memasuki Pemasaran Global (Studi Kasus : Ms Glow). *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 3(1), 188–201.
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612.
- Fandiyanto, R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang “. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 7(1), 21–42.
- Fatmalawati, D. S., & Andriana, A. N. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Kosmetik Pt. Paragon Technology And Innovation. *JMB : Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1), 1–10. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4228>
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran produk dan merek*. Pasuruan: Qiara Media.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, K. I., & Santoso, S. (2023). Pengaruh Media Sosial Marketing, Brand Image, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare Ms Glow Di Surabaya. *Gemah Ripah: Jurnal Bisnis*, 3(4), 1–10.
- Hasan, A. 2018. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan. Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Media Pressdindo.
- Hizbullah, A. (2024). *Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Skincare Kahf Pada Mahasiswa Universitas Nasional* (Doctoral dissertation, Universitas Nasional).
- Husein, U. (2015). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: UnitomoPress.
- Japariato, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>
- Kasman, Abdillah, D. J., & Yusuf, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Marketplace Lazada. *JURNAL ECONOMINA*, 2(9), 2274–2293. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.810>
- Khatimah, A. K., Sudarwati, & Hamidah, R. A. (2024). Pengaruh Customer Experience, Trust dan Brand Image terhadap Minat Beli Ulang Paket Internet Smartfren. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 2928–2938.
- Komalasari, N. S., Komalasari, N., & Yusuf, R. (2024). Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang pada RM. ASSTRO (Asep Stoberi). *ANALYSIS: Accounting, Management, Economics, and Business*, 2(1), 62–68.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- _____. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- _____. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education.
- _____. (2019). *Principles of Marketing, 14th Ed.* Cambridge: Prentice Hall.
- Kusuma, A. M., Hikmah, M. A., & Marom, A. (2020). Pengaruh Islamic Branding, Kualitas Produk, dan Lifestyle terhadap Minat Pembelian Produk Skincare pada Generasi Millennial di Kabupaten Kudus. *BISNIS : Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 8(2), 289. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i2.9165>
- KW, N. I., & Pebrianto, R. (2020). Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Pond'S Men. *Economic and Business*, 1, 55-66.
- Lestari, D. P., & Dwiarta, I. M. B. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Ulang Rokok Gudang Garam Surya 12 di Gresik. *Journal of Sustainability Business Research*, 2(1), 242–250.
- Lusiani, & Blasius, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Produk Oriflame. *UMMagelang Conference Series*, 8(2), 525–542.
- Mujid, A., & Andrian. (2021). Strategi Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Minat Melanjutkan Sekolah. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 66–76.
- Muhtarom, A., Syairozi, I., & Wardani, N. D. (2022). Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Customer Relationship Marketing, Dan Kepercayaan Terhadap Peningkatan Penjualan Dimediasi Loyalitas Pelanggan Pada Umkm Ayam Potong Online Elmonsu. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syaria*, 5(1), 743–755.
- Murniasih, N. N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Produk Skincare Ms Glow di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 140–148. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v5i1.58952>
- Nabilla, A., & Nuvriasari, A. (2023). Pengaruh Product Involvement, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek skincare” Herborist”. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26488-26495.

- Nayumi, S., & Sitinjak, T. J. R. (2020). Pengaruh Country Of Origin Image, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Innisfree Di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 136–146. <https://doi.org/10.46806/jm.v9i2.665>
- Nugrahaeni, M., Guspul, A., & Hermawan, H. (2021). Pengaruh suasana toko, kualitas pelayanan, kepercayaan, dan persepsi harga terhadap minat beli ulang. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(2), 230-243.
- Nurindra, H. T., & Mugiono, M. (2023). Pengaruh Citra Merek, Atribut Produk dan Electronic Word of mouth terhadap Niat Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 2(1), 26-35.
- Octavia, A. N., Erlinda, D., & Lau, M. P. (2023). Analisis Citra Merek, Periklanan dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA)*, 2(02), 157–167. <https://doi.org/10.34152/emba.v2i02.817>
- Prasetyo, M., Muflih, & Wibowo, S. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen Dinamis*, 1(2), 62–79.
- Priansa, D. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Putra, Y. P., Purwanto, H., & Sulistiyowati, L. N. (2022). Kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening. *MBR (Management and Business Review)*, 6(1), 69–80. <https://doi.org/10.21067/mbr.v6i1.6952>
- Rahayu, S. (2021). *Strategi Meningkatkan Loyalitas Sikap Dan Loyalitas Pembelian*. Indramayu: Adab.
- Rangian, M. C., Wenas, R. S., Lintong, D. C. H. A., Pengaruh, A., Produk, K., Harga, P., Brand, D. A. N., & Ratulangi, U. S. (2022). *Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Ms Glow Skincare Di Kota Tomohon The Analysis Of The Effect Of Product Quality , Price Perception And Brand Ambassador Towards Consumer Purchase Decision In Product Of Ms Glow Skincare In Tomohon City Jurnal Emba Vol. 10 No. 3 Juli 2022 , Hal. 284-294. 10(3), 284–294.*
- Rangkuti, F. (2018). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Rohman, I. Z. (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>

