

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Apriani, Serli., dan Khairul Bahrn. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maskara Maybelline. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, Vol 2, No 1, 14-25.
- Apriani, Serli., dan Khairul Bahrn. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maskara Maybelline. *JURNAL Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, Vol 2, No 1, 14-25
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Chusnah., dan Rita Nurlailasari. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Dari Pt Mandom (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Kosmetik Watsons Di Pondok Gede). *KINERJA Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 5 No. 2, 298-314.
- CNBC Indonesia., Linda Hasibuan. (2022). Industri Kecantikan Tahan Krisis, Laris Manis Meski Pandemi. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20221104104902-33-385138/industri-kecantikan-tahan-krisis-laris-manis-meski-pandemi> . Diakses tanggal 4 November 2022.
- Darmawan, Deni. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Direktorat Pengawasan Kosmetik Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia. (2022). *Laporan Tahunan Direktorat Pengawasan Kosmetik*. [https://waskos.pom.go.id/admin/dat/20230823/Laporan Tahunan 2022 Direktorat Pengawasan Kosmetik.pdf](https://waskos.pom.go.id/admin/dat/20230823/Laporan_Tahunan_2022_Direktorat_Pengawasan_Kosmetik.pdf)
- Donni Priansa. (2017). *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta.
- Female Daily. (2023). Pixy My Beauty, My Energy. <https://reviews.femaledaily.com/brands/pixy?tab=products> .
- Fera, F., & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, Vol. 3, No. 1: Hal. 1-13.

- Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran Produk Dan Merek, Cetakan Pertama*. Qiara Media, Jawa timur.
- Fiana, E. O., & Hartati, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Rumah Makan “Mie Gacoan” di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, Vol. 3, No. 2: Hal. 149.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, Indriyo. (2014). *Manajemen Operasi*. Yogyakarta. BPFEYogyakarta
- Hartanto, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Lingkungan Fisik Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi di De Mandailing Cafe Surabaya. *Agora*, 7(1).
- Ilmiyah, Khafidatul, and Indra Krishernawan. Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Mojokerto. *Jurnal Manajemen*, Vol 6, No. 1.
- Irfan, & Widyanto, A. (2021). Pengaruh citra merek, harga, promosi, dan electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian produk bedak padat Wardah pada PT Pargon Technology and Innovation (Studi kasus mahasiswa Fakultas Ekonomi STIE Graham Karya Muara Bulian). *Jurnal Manajemen dan Sains*, Vol 6, No. 1.
- Joesyiana, Kiki. (2019). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee di Pekanbaru”. *Jurnal Valuta*, Vol.4. No.1, 71-85.
- Kenneth, Clow., dan Donald Baack. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communication (18th Edition)*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kotler dan Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kristanto, Andi. (2018). *Perancangan Sistem informasi dan Aplikasinya*. Yogyakarta: Gava Media.

- Maiza, Fiksi., Agus Sutardjo., dan Rizka Hadya. (2022). Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Nazurah Hijab Di Kubang Tungkek Kabupaten Lima Puluh Kota. *Jurnal Matua*, Vol. 4, No. 2, 375-386.
- Muryati., dan Ade Jermawinsyah Zebu. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, Vol 21, No 2, 748-753.
- Umma, N., & Nabila, R. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Citra Merek dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Marketplace Shopee Generasi Z). *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, Vol. 10, No. 1: Hal. 30-47.
- Prabowo, Rokh Eddy., Kis Indriyaningrum., dan Anggita Dian Setyani. (2020). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olah Raga Merek Adidas (Studi di Kota Semarang). *Majalah Ilmiah Solusi*, Vol. 18, No. 4, 121-132.
- Saladin, Djaslim. 2016. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Pelaksanaan, Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: CV. Linda Karya.
- Sari, Erlina., Winarsih Tanjung, Toharuddin Harahap. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ms.Glow Di Toko Obat Muklis Pasar Binanga Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas. *Jurnal Misi Institut Pendidikan Tapanuli Selatan (IPTS)*, Vol 5, No 2, 7-14.
- Sari, Erlina., Winarsih Tanjung., dan Toharuddin Harahap. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ms.Glow Di Toko Obat Muklis Pasar Binanga Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas. *Jurnal Misi Institut Pendidikan Tapanuli Selatan (IPTS)*, Vol. 5 No. 2, 7-14.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. (2014). *Consumer Behaviour*. London: Pearson.
- Sekaran, Uma., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach (7th Ed)*. United Kingdom: Wiley.
- Seo, E.J., & Park, J.W. (2018). A Study on The Effects of Social Media Marketing activities on Brand Equity and Customer Respons in The Airline Industry. *Journal of Air Transport Management*, 66, 36-41.

- Sitompul, Silvia Sari., Gustavito Chrispin., dan Muhammad Luthfi Hamzah. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Battery Sepeda Motor. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, Volume 1 No 1, 27 – 37.
- Sudarita, Yolla Mulia Ilhawa May. (2020). E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Survey followers aktif akun @Jelitacosmetic_). *Commercium*, Volume 03 Nomor 01, 36-40.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suryani dan Hendryadi. (2016). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Techno Business. (2023). *Spire Insight: Potensi Pasar Kosmetik Indonesia*. <https://technobusiness.id/insight/spire-insights/2020/10/30/spire-insight-potensi-pasar-kosmetik-indonesia/> . Diakses tanggal 30 September 2023.
- Thompson, M. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. New York: McGraw-Hill Education.
- Top Brand Award. (2023). *Top Brand Index Fase 1 2023: Top Brand Kategori Perawatan Diri*. <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/> .
- Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus. (2021): Pedoman Penulisan Skripsi.