

DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, S. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus Di Toko Risky Media Komputer. *EKOMBIS REVIEW, Vol 10 No.*
- Anggraeni, A., Darma, G. S., & Rahmawati, R. (2020). Measuring Repurchase Intention on Fashion Online Shopping. *SHS Web of Conferences, 76*, 01015. https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2020/04/shsconf_ics2020_01015.pdf
- Angus, A., & Westbrook, G. (2021). Top 10 Global Consumer Trends 2021 | Euromonitor. *Euromonitor, 1–47*. <https://go.euromonitor.com/white-paper-EC-2021-Top-10-Global-Consumer-Trends.html>
- Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi DI Yogyakarta. (2023). *Jumlah Perguruan Tinggi, Tenaga Pendidik, dan Mahasiswa (Negeri dan Swasta) di Bawah Kementerian Agama Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi DI Yogyakarta*. Badan Pusat Statistik (BPS). <https://yogyakarta.bps.go.id/id/statistics-table/3/ZG5GNFRUZHdiRWN3YIRGSGF6QXdaVXRPTVZSQIFUMDkJMw%3D%3D/jumlah-perguruan-tinggi--tenaga-pendidik--dan-mahasiswa--negeri-dan-swasta--di-bawah-kementerian-agama-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-di-yogyakarta>
- Budiarto, S. (2022). Pengaruh Ulasan Pelanggan Online, Citra Merek, dan Kepercayaan terhadap Niat Pemesanan Hotel Konsumen Secara Online(Survei Online pada Pengguna Aplikasi Traveloka). *Journal of Indonesia Marketing Association (IMA), 1(1)*, 9–24.
- Budihardja, L., & Sitingjak, T. (2022). Pengaruh Identitas Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pada Konsumen Sepatu Nike Di Jakarta. *Jurnal Manajemen, 11(2)*, 1–8. <https://doi.org/10.46806/jm.v11i2.870>
- Dana, T. G. P., & Pramudana, K. A. S. (2021). The Role of Brand Image in Mediating The Influence of Product Quality on Re-Purchase Intentions Pocari Sweat Isotonic Beverages. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research, 5*, 255–258. www.ajhssr.com
- Daniswara, A., & Rahardjo, S. T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Loyalitas. *Diponegoro Journal of Management, 12(1)*, 1–13.
- Dirgantari, P. D., Widjajanta, B., & Zunilda, A. (2024). *Effect of Brand Image on Repurchase Intention* (Issue Gcbme 2023). Atlantis Press International BV. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-443-3_79
- Ekaprana, I. D. G. A., Jatra, I. M., & Giantari, I. G. A. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 9(8)*, 2895. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i08.p01>
- Fadillah, Y. R., Yuaniko, Y., Razak, I., & Rahmawantar, D. M. (2024). From Quality to Loyalty: How Product Excellence and Effective Promotion Drive Customer Commitment. *Research of Business and Management, 2(2)*, 108–116. <https://doi.org/10.58777/rbm.v2i2.295>
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi Publisher.
- Girsang, N. M., Riski, W. N., & Karyadi, F. X. Y. (2024). Analisis Pengaruh Brand

- Image Terhadap Minat Beli Ulang Oleh–Oleh Khas Sumatera Barat (Survey Pada Masyarakat Kota Padang Panjang). *EScience Humanity Journal*, 4(May), 30–38.
<https://www.idebahasa.or.id/escience/index.php/home/article/view/77%0Ahttps://www.idebahasa.or.id/escience/index.php/home/article/download/77/62>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Cengage Learning.
- Hakim, L., & Nainggolan, B. M. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Di Solaria. *Jurnal Panorama Nusantara*, 18(2), 1–14.
<http://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/panorama>
- Kartika_Sinaga. (2024). *Ulasan Produk Make Over Powerstay Lip Cream di Shopee*. Shopee. <https://shopee.co.id/>
- {Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia}. (n.d.). *Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy*. <https://www.ekon.go.id/>
<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung->
- Keller, K. L. (2016). *Reflections on Customer-Based Brand Equity: Perspectives, Progress, and Priorities*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Kusuma, D. I. P. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(10), 1–20.
- Leon, Y. (2024). *Jadi Komponen Tertinggi Pengeluaran Mahasiswa, Skincare Jadi Kebutuhan Utama Generasi Muda*. Harian Jogja. <https://ekbis.harianjogja.com/read/2024/09/14/502/1188181/jadi-komponen-tertinggi-pengeluaran-mahasiswa-skincare-jadi-kebutuhan-utama-generasi-muda>
- Maharani, P., & Hendrastomo, G. (2023). Fenomena Beauty Vlogger Pada Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswi Yogyakarta. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi*, 11(2), 1–15. <https://doi.org/10.21831/dimensia.v11i2.59264>
- Masyarakat, K., Bank, P., & Indonesia, S. (2023). *Issn : 3025-9495*. 3(1).
- Maulida, S. R., & Yuana, P. (2024). No Title. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 300–311.
- Mukhammad Akmal Filardi, & Yuliar Kartika Wijayanti. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Es Coklat Ngetop di Surakarta. *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis Dan Digital*, 1(3), 140–148.
<https://doi.org/10.61132/jimakebidi.v1i3.254>
- Nabila, I., & Idzatulloh, A. (2025). *Peran Corporate Communication PT Paragon Technology And Innovation Dalam Mempertahankan Citra Positif Perusahaan*. 2, 133–146. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v2i1.621>

- Ni Putu Atik Ekayani, Tjokorda Gde Raka Sukawati, & Ni Nyoman Kerti Yasa. (2024). The Role of Brand Image Mediates the Effect of Product Quality on Repurchase Intention. *International Journal of Asian Business and Management*, 3(4), 525–540. <https://doi.org/10.55927/ijabm.v3i4.10282>
- Novitasari, N. K. T., & Putra. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Maybelline. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 276–284.
- NURHAYATI, S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Yogyakarta Di Shopee. *Albama: Jurnal Bisnis Administrasi Dan Manajemen*, 15(2), 24. <https://doi.org/10.56606/albama.v15i2.74>
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Purnapardi, M. S., & Indarwati, T. A. (2022). Pengaruh Product Quality dan Brand Image terhadap Repurchase Intention Produk Kosmetik Halal di E-Commerce. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 136–147. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n1.p136-147>
- Rahma, F. M., Sumarwan, U., & Nurhayati, P. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Social Media Influencer terhadap Loyalitas Merek Somethinc: Studi pada Pengguna Produk Merek Somethinc. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen (JABM)*. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jabm/article/view/45763%0A>
- Rendy Irwanto, M., & Tjipto Subroto, W. (2022). Pengaruh kepuasan konsumen dan promosi terhadap niat pembelian ulang konsumen shopee saat pandemi. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(2), 289–302. <https://doi.org/10.22437/jpe.v17i2.17438>
- Riza Andrian Septian, & Sita Deliyana Firmialy. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Ulasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Skintific. *Jurnal Ekuilnomi*, 5(2), 425–432. <https://doi.org/10.36985/ekuilnomi.v5i2.759>
- Siangsari, D. J., & Rena, F. W. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Instagram dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Gartenhutte Mojokerto. *Bisnis Dan Digital (JIMaKeBiDi)*, 1(2), 237–250.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Teressa, B., Lukito, J. I., Aprilia, A., & Andreani, F. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Wizz Drive Thru Gelato Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(1), 1–14. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.18.1.1-14>
- Ummah, A. (2024). Hasil Survei 2024, Biaya Hidup Mahasiswa Jogja di Atas UMR, Rata-rata Rp2,96 Juta per Bulan. *Harian Jogja*. <https://ekbis.harianjogja.com/read/2024/08/08/502/1184097/hasil-survei-2024-biaya-hidup-mahasiswa-jogja-di-atas-umr-rata-rata-rp296-juta-per-bulan>
- Vistika, francisca bertha. (2024). Meningkatkan daya saing brand lokal indonesia di tengah persaingan global. *MomsMoney(Kontan.Co.Id)*.

https://momsmoney.kontan.co.id/news/meningkatkan-daya-saing-brand-lokal-indonesia-di-tengah-persaingan-global?utm_source=

Yulianti, C. (2023). *10 Provinsi dengan Jumlah Mahasiswa Terbanyak di Indonesia, Ada Daerahmu?* DetikEdu.

https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6996257/10-provinsi-dengan-jumlah-mahasiswa-terbanyak-di-indonesia-ada-daerahmu?utm_source

Zulfikar, F. (2024). *Biaya Gaya Hidup Mahasiswa 2024 di Jogja Meningkat: Terbanyak untuk Skincare*. DetikEdu. https://www.detik.com/edu/perguruan-tinggi/d-7486796/biaya-gaya-hidup-mahasiswa-2024-di-jogja-meningkat-terbanyak-untuk-skincare?utm_source

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA