

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, D.P, & Dhian Tyas U. (2024). Pengaruh iklan, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk lipstik wardah . *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(8), 314–324.
- Adji Nugroho, & Euis Soliha. (2024). Keputusan pembelian konsumen pada produk kecantikan: peran kualitas produk, citra merek, persepsi harga dan Celebrity Endorsement. *JESYA: Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah*, 7(1), 226–242. Akhdiyati Nizar Ramadhani, & Fitriani Nur Utami. (2024). Pengaruh electronic word of mouth melalui tiktok terhadap minat beli skincare lokal avoskin di tiktok shop dengan keserasan merek sebagai variabel intervening. *E-Proceeding of Management*, 11(1), 984–993.
- Alvina, M., & Dian, C. (2024). Pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian body scrub. *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 6.
- Alvito P.S, & Nova .A. (2023). Pengaruh store Atmosphere, citra merek, kualitas produk, persepsi harga, gaya hidup dan promosi terhadap keputusan pembelian produk kosmetik halal. *Neraca (Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi)*, 1((1)), 240–253.
- Ananda Harum Putri Terate, & Nurhadi. (2023). Pengaruh kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk Pond's Flawles White Pada Yuri Kosmetik Pasar Atom Surabaya. *SEIKO: Journal Of Management & Business*, 6(1), 458–466.
- Anastasia christine margaretha manurung. (2025). Analisis promosi e-wom skincare the originote melalui komentar pengguna media sosial tiktok influencer @nakiirana dan @dosenkecantikan. *Jurnal Network Media*, 8(1), 15–32.
- Anjelina Padang, Vivianti Novita, Martolop Sinambela, Safaruddin, & Nursiah Fitri. (2024). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian skincare scarlett pada mahasiswa kota medan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi*, 2(4), 198–218.
- Apriani, S, & Bahrin. K. (2021). Pengaruh citra merek, kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik maskra maybeline. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 14–25.
- Aruan, L. S., & Bahrin K. (2021). Peran merek dalam bahasa asing dan citra merek terhadap keputusan pembelian. *Risikesdas*, 3(2), 103–111.
- Ashilah putri arlianti, Nafa anggraeni, Benhart nainggolan, & Rizki wulanita batubara. (2025). Pengaruh brand love terhadap keputusan pembelian produk skincare Glad2glow dengan word of mouth sebagai variabel intervening (studi kasus pada mahasiswa STIE bina karya kota tebing tinggi). *Jurnal Manajemen, Akuntansi, Ekonomi*, 4(1), 171–182.

- Atala Cindy Fatya, Destifa Umari Ramdhanti, & Rayhan Gunaningrat. (2024). Pengaruh brand image dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk skincare “Skintific.” SAMMAJIVA: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen, 2(1), 265–282.
- Compas.co.id. (2024). Persaingan ketat di pelembab wajah selama perayaan kemerdekaan.
- Dapit alex sander, Arianis chan, & Herman abdul muhyi. (2021). Keterkaitan citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian tinjauan sistrmatis literature riview. JURNAL SAINS PEMASARAN INDONESIA, XX(3), 241–257.
- Dewi, L., & Lestari, P. (2020). Implementasi Theory of Planned Behavior (TPB) Pada pengukuran persepsi pendapatan bunga Bank Konvesional . El-Jizya (Jurnal Ekonomi Islam), 8(2), 176–209.
- Dinka Wardah Robiah, & Medi Nopiana. (2022). Pengaruh Pesepsi Harga dan Kualitas Porduk terhadap keputusan pembelian Produk Skincare Avoskin. Journal Of Management, 5(1), 433–441.
- Ditiya Himawati, & Mu’minitus Fitria F. (2022). Pengaruh persepsi harga, persepsi kualitas layanan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan konsumen E- COMMERCE di kota Depok. Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis, 27(2), 216–227.
- Erika nazwa hidayat, & Ramayani yusuf. (2024). Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada produl wardah di Garut kota. JUMPER (Jurnal Manajemen Dan Pemasaran), 3(1), 331–338.
- Fauzia, I., Rahmawati, N., Achmad, N., & Surakarta, U. M. (2025a). THE EFFECT OF PRODUCT IMAGE AND PRODUCT QUALITY OF SKINTIFIC. 8, 58–71.
- Fauzia, I., Rahmawati, N., Achmad, N., & Surakarta, U. M. (2025b). THE EFFECT OF PRODUCT IMAGE AND PRODUCT QUALITY OF SKINTIFIC. 8, 58–71.
- Ghozali, I. (2018). Processing data penelitian menggunakan SPSS (E-Book).
- Helin, M. Y. A., & Rusdi, H. N. (2022). Pengaruh Brand image, harga dan kualitas produk terhadap minat beli emina cosmetic di Bravo swalayan Bojonegoro. Syntax Literate, 7(4), 4820–4833.
- Icek Ajzen. (1991). The Theory of Planned Behavior. Jurnal Akademik, 50(2), 179–211.
- Imelda W.M, & Dyah Rini .P. (2024). Analisis pengaruh citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian skincare azarine pada mahasiswa fakultas ilmu sosial dan politik universitas 17 agustus 1945 Surabaya. 3((10)).

- Kotler, & Gary Amstrong. (2018). Prinsip-prinsi pemasaran jilid 1 (12th ed.). Erlangga.
- Kurniawati, N. I. (2020). Analisis pengaruh wprd of mouth dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik make over kota Semaarang. 22(2), 286–295.
- Lailatul M, & Salman P. (2023). Pengaruh kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian di Paul Bakery Plaza Indonesia Bakery . Journal Of Social Scinece Research, 3(3), 4880–4892.
- Manafe, R. G., & Lydia, G. (2020). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Lip cream merek makeover (studi kasus toko princess Banjarmasin). Ribka: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi, 21(2), 51–59.
- Mathori, M., Sukmawati, D. A. R., & Marzuki, A. (2022). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc (Studi pada Konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta). Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha, 2(2), 579–599.
- Novita Damaryanti, & Hairani Tarigan. (2024). Pengaruh promosi, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian Vaseline Gluta-Hya Body Lotion. Journal Of Managemen, 7(1), 886–898.
- Oktavia Ayu Wulansari, & Kristiana Anindita Hayuningtias. (2023). Pengaruh Kualitas produk, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian . Jurnal Manajemen Dan Sains, 8(1), 241–247.
- Pangastuti, J., & Prastiti, E. (2019). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah pada counter wardah di borobudur kediri. 2, 69–84.
- Poespa, A. A. R., Cahyono, R. ., & Martah, V. (2020). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian lotion marina. UMAHA: Jurnal Fakultas Ekonommi Dan Bisnis, 3(1), 212–223.
- Rahman, A., Nur, F., & Sari, D. (2021). The influence of product quality and brand image on purchase decisions in the cosmetic indstry: Study on young consumers. . Asian Journal of Business and Management, 9(1), 45–52.
- Ramadhani. H, & Anggrainie .N. (2023). Pengaruh persepsi harga, Brand Equity, viral marketing, brand ambassador, riview produk dean customer relationship terhadap keputusan pembelian produk skincare skintific di tiktokshop. Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi, 2(4), 703–717.
- Rentanubun, K. V. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hotel. Performa, 8(3), 260–268. <https://doi.org/10.37715/jp.v8i3.2969>

- Risma Nurfadillah, & Riski Wahyuning Darmayanti. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific . *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 150–164.
- Ristanti, A. , & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen nature republik indonesia di surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 1026–1037.
- Riswandi. (2020). Kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk wardah. *Jurnal Ekonomi*, 76–78.
- Rohmatul, U., & Kristina, A. H. (2022). Pengaruh kualitas produk ,brand ambassador dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian Nature Republic. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(6), 2279–2291.
- Sari, D., & Prasetyo, L. (2022). The role of social influence in the purchase decision of skincare product among university student. *Journal of Consumer Marketing*, 39(5), 567–578.
- Sari, M., Rachman, H., Astuti, N. J., Afgani, M. W., & Abdullah, R. (2023). Pendidikan sains dan komputer explanatory survey dalam metode penelitian deksriptif kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(1), 10–16.
- Satria, A. P., & Anggraine, N. (2023). Pengaruh store atmosphere, citra merek , kualitas produk, persepsi harga, gaya hidup dan prpmosi terhadap keputusan pembelian produk kosmetik halal. *Neraca: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 244–245.
- Setiowati, N. , & Farida, I. (2024). Economics adan digitals business review pengaruh wordh of mouth, persepsi harga, brand image, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang hand & body image, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang hand& body vaseline di kota Semarang . 5(1), 439–452.
- Siska Aprelyani, Hapzi Ali, & Hadita. (2024). Pengaruh harga, kualitas produk, dan minat beli produk Skincare Somethinc terhadap keputusan pembelian di E-Commerce Shopee pada Generasi Z. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 2(3), 163–173.
- Subkhan, M., & Tuharea, R. (2023). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen produk warda (studi kasus konsumen wilayah yogyakarta). *Jurnal STIE Semarang*, 15(1), 80–101.
- Sugiyono, P. D. (2019). Metode penelitian kuantitatif kualitatif.
- Tambunan, E. (2019). Pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap minat beli mahasiswa farmasi pada kosmetik warda di universitas sari mutiara indonesia medan. *Jurnal Ilmiah"INTEGRITAS"*, 5(1).

- Ummat, R. ., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh kualitas produk, brand ambassador dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian nature republic. 4(6), 2279–2291.
- Vika P Austutuik, & Bambang S. (2022). Pengaruh kuaitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk skincare Ms.Glow. Jurnal Manajemen Dan Sains, 7(2), 1065–1069.
- Wati, K. M., & Prawita, E. (2025). Strategi pemasaran produk jamu tradisional dalam upaya meningkatkan ketahanan ekonomi keluarga. Jurnal Education and Development, 13(1), 179–184. <https://doi.org/10.37081/ed.v13i1.6626>.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA