

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. D. 2014. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Aeni, N., & Ekhsan, M. (2021). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Brand Trust. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 377-386.
- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anam, C., Saputro, E. P., & Yulianto, E. (2020). *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 9(1), 1–15.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Badruddin. 2014. *Dasar - Dasar Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Revi. Yogyakarta: Ombak.
- Burhani, N. (2020). *Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening pada Konsumen di Kota Bandung*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Djohan, Agustinus Johanes. (2016). *Manajemen dan Strategi Pembelian*. Cetakan Pertama Malang: Media Nusa Creative.
- Elianti, L. D., & Pinasti, V. I. S. (2018). Makna Penggunaan Make Up Sebagai Identitas Diri (Studi Mahasiswi Universitas Negeri Yogyakarta). *E-Societas: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 7(3).
- Firmansyah, A. (2019). *Manajemen Pemasaran: Strategi dan Implementasi untuk Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: Deepublish.
- Harahap, Dedy Ansari, and Dita Amanah. 2018. *Pengantar Manajemen*. Cetakan Ke. Bandung: Alfabeta.
- Hasibuan, Malayu S. P. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Herawati, H, & Putra, AS (2023). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian Azarine Cosmetic. *Journal on Education*

- Kaila, M (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Garansi Terhadap Keputusan Pembelian Smart Phone Merek Oppo. *Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*
- Katadata. (2021). *Tren Penjualan Produk Kecantikan Meningkat di Masa Pandemi*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id>
- Karimah, K. (2019). Pengaruh Advertising, Sales Promotion Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus padaBRISyariah KCP Magelang.
- Keller, K. L., and V. Swaminathan. 2020. *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Fifth Edit. Pearson Education.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. 2016. *Principles of Marketing*. 16th ed. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. & 2.Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip, and Kevine Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 14th edn. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Laksmono, E. B., and R. H. Magnadi. 2019. “Analisis Pengaruh Promosi, Inovasi Produk, Dan Saluran Distribusi Terhadap Citra Merek Sepatu Olahraga Adidas Di Kota Semarang.” *Journal of Management* 8(3):60–73.
- Mahri, A. J. W., Sari, D. P., & Ramdani, R. (2024). *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Kosmetik di E-Commerce*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(1), 45–56.
- Nurdiantoro, Supomo.2013. *Metode Penelitian Bisnis*
- Novitasari, R. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk dan Garansi terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Elektronik di Kota Semarang*. Skripsi. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang.
- Oktaria, R. (2023). *Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare di E-Commerce Shopee*. Skripsi. Universitas Negeri Padang.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Consumer Behavior & Marketing Strategy* (10th ed.). New York: McGraw-Hill Education.

- Pratama, A. (2024). *Pengaruh Garansi Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. Sharp Electronics Indonesia di Medan. Journal Economic Management and Business.*
- Tussafinah. 2018. Produk Skintific Pada Mahasiswa FEB Universitas SAM Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 12(01), 249-260.
- Rachmawati, P. D., & Oka Widana, I. K. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi.* E-Jurnal Manajemen Unud, 8(6), 3681–3708.
- Rizani, CW, Hinggo, HT, & Zaki, H (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga, dan Garansi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware Di Pekanbaru. ... : *Economics, Accounting and ...*, jom.umri.ac.id, <https://jom.umri.ac.id/index.php/ecountbis/article/view/416>
- Rogers,E.M. (1966). *Physics for the Inquiring Mind: The Methods, Nature, and Philosophy of Physical Science.* Princeton University Press.
- Sahputra, R., & Firah, L. (2023). *Pengaruh Garansi dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Elektronik di Kota Medan.* *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, 8(1), 55–64.
- Santi, Y., Rachman, A., & Safitri, N. (2020). *Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare.* *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 45–53.
- Sari, AJ, Udayana, IBN, & ... (2022). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi ...*, journal.laaroiba.com, <https://journal.laaroiba.com/index.php/alkharaj/article/view/644>
- Sekaran, uma & Roger Bougie. 2013. *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach.* Fifth Edition. USA: Willey
- Sholikhah, Ahmad Mundzir, Nunik Y, Amelia Trisavinaningdiah, Tika Rista Djaya, Tri Endi Ardiansyah, Nining Purwaningsih, Stefani Irene Angmalisang, Sri Vandayuli Riorini, Eneng Wiliana, and Eko Sudarmonto. 2021. *Manajemen Pemasaran Saat Ini Dan Masa Depan.* Cetakan Pe. Cirebon: Insania.
- Shopee Indonesia. (2020). *Laporan Kategori Produk Terlaris di Shopee Indonesia.* Asosiasi Digital Indonesia.
- Sjawal, B. P., L. Mananeke, and R. J. Jorie. 2020. “Pengaruh Bauran Pemasaran

Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Kafe (Studi Kasus Pada Konsumen Blen.Co Café Manado) Consumers)." 379 *Jurnal EMBA* 8(3):379–88.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono. 2017. *Kerangka Pemikiran*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung.

Suparno, S., Wenas, R. S., & Moniharapon, S. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Green Product, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.

TMO Group. (2024). *Southeast Asia E-Commerce Market Report: Beauty and Skincare Segment*. Diakses dari <https://www.tmogroup.asia>

Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran* (1 ed.). Yogyakarta: ANDI.

Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: CV. Andi.

Wahyudi, A, Lakoni, I, & Puspita, V ANALISIS PENGARUH GARANSI, CITRA MEREK DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR DI PT ASEAN MOTOR
academia.edu,
<https://www.academia.edu/download/120587168/2604.pdf>

Wijaya, and Rifa'i. 2016. *Dasar-Dasar Manajemen*. Medan: Perdana Publishing.