

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwidjaja, Adrian J. Tarigan, Zeplin J.W. 2017. *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse*. Jurnal Pemasaran, Vol. 5, No.3.
- Aeni, N. dan Ekhsan, M., 2021. *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Brand Trust*. *Jesya*. (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah), 4(1), pp.377-386.
- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Amin, A.M. dan Rofiqoh, Yanti. 2021. *Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic*. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), pp.1-14.
- Ananda, Aris. 2018. *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek*. Spektrum Mitra Utama. Jakarta.
- Andari, P dan Sumiyarsih, S. 2021. *Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK merek OXGNDW (OXY)*. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 16(1), 35 - 52. <https://doi.org/10.32534/jv.v16i1.1591>
- Anisyah, M.N. 2022. *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Lalotuskin (Studi Kasus Pada Agen Resmi Kosmetik Farida Amelia Reza Di Jombang)*. *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 5(1), pp.93-101.
- Aurellia, Diva dan Sidharta, Helena. 2023. *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Skincare Lokal*. *Jurnal Performa : Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis* 8 (1):93-101
- Badrudin. 2014. *Dasar-dasar Manajemen*. Bandung: Alfabeta
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Penerbit. Ombak.
- Darmansah, A and Yosepha, S.Y. 2020. *Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur*. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(1), pp.15-30.
- Effendi, Usman. 2014. *Asas Manajemen*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fauziyah, Suci. 2016. *Pengaruh Brand Trust dan Brand Equity terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Kosmetik Wardah (Survey Konsumen pada PT. Paragon Technology And Innovation Cabang Pekanbaru)*. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*, vol. 3, no. 2, Oct. 2016, pp. 1-9
- Febriani, N and Dewi, W.W.A., 2019. *Perilaku konsumen di era digital Beserta studi kasus*. Universitas Brawijaya Press.
- Febrianti, Novita dan Widiarto. 2018. *Pengaruh Word Of Mouth, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Mio (Studi pada Konsumen yang Membeli Yamaha Mio di PT. Yamaha Mataram Sakti Cabang Purworejo)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(2), pp.24-34.

- Gecti, Fatih, and Zengin, Hayrettin. 2013. *The Relationship Between Brand Trust, Brand Affect, Attitudinal Loyalty and Behavioral Loyalty : A Field Study Towards Sports Shoe Consumers in Turkey*. International Journal of Marketing Studies : Vol. 5. No. 2.
- Handoko, T. Hani. 2017. *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*. Yogyakarta: Penerbit BPFE
- Hasibuan, Malayu. 2017. *Manajemen SDM. Edisi Revisi*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Herdiati, M.F., Iriawan, A. dan Fitriyah, H. 2021. *Keputusan Pembelian Produk Limited Edition: Systematic Review*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science), 20(1), pp.73-87.
- Indira, W., Ayu, I. D., dan Tantri, M. 2020. *Penyadaran Protokol Kesehatan Dan Pelestarian Budaya Selama Pandemi Melalui Kegiatan KKN di Desa Ped Nusa Penida*. SEGARA WIDYA: Jurnal Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat, 8(2), 114–119.
- Inggasari, S.M. dan Hartati, R., 2022. *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening*. Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 3(1).
- Insan, Iqra Allamal dan Ramli, Ramli. 2019. *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Produk Cepat Saji Pada Kentucky Fried Chicken Mtos Di Makasssar*. Jurnal Brand ISSN 2715-4920
- Junia, Y.I., 2021. *Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Pocari Sweat di Jakarta*. Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan, 5(4), pp.360-363.
- Karimah, Rizky dan Gunandi, Wasis. 2021. *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Alat Berat Motor Grader Merek Sem Di Pt Tri Swardana Utama*. JIMEN Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen VOL. 2, NO. 1
- Khasanah, Ningim, et al. 2021. *Development of Hand Sanitizer Formulated with Essential Oil from Piper betle Grown in Yogyakarta, Indonesia*. Nat. Volatiles & Essent. Oils, 2021; 8(5): 12816-12827
- Khoirunnisa, S., Syarief, N. dan Supriadi, Y.N., 2022. *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Nivea*. Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management, 2(1), pp.240-259.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan Bob Sabran. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip., 2016. *Marketing management, millenium edition*. Prentice-Hall, Inc.
- Kuncoro, Engkos ahmad dan Wiranegara, Adithya. 2019. *Pengaruh Promosi dan Atribut produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Telkom Speedy*. Jurnal Manajemen Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (I.S.E.I), volume 1 nomor 2 pp.132 – 145
- Lilik, Kristianto Paulus. 2021. *Psikologi Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung : Alfabeta.

- Mutholiah, F. and Widiyanto, W., 2021. *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Celebrity Endorser*. Business and Accounting Education Journal, 2(2), pp.208-218.
- Pamungkas, P.T.A. And Wiyono, A.S., 2023. *Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Penggunaan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Aplikasi Tik-Tok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Febi UIN Raden Mas Said Surakarta)* (Doctoral dissertation, UIN RADEN MAS SAID).
- Pratiwi, D. and Rachmi, A., 2021. *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Bedak Marcks (Studi Pada Mahasiswa Prodi D4 Manajemen Pemasaran Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang)*. Jurnal Aplikasi Bisnis, 6(1), pp.121-124.
- Putri, E.T., Widyastuti, S., Badi, S. dan Djoharsjah, T., 2021. *Pengaruh Faktor Pendorong Pemilihan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Wajah Serta Implikasi Pada Loyalitas Konsumen Remaja*. J Bisnis dan Komun, 6(1), pp.62-70.
- Putri, Y.A., 2022. *Peran Label Halal Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Palembang*. Jurnal Bisnis Terapan, 6(2), pp.197-206.
- Rizan, M. 2011. *Pengaruh Citra Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek: Survei Pelanggan Lux Cair Di Carrefour Mt. Haryono*. Jurnal Ilmiah Econosains, 9(1), 10-20. <https://doi.org/10.21009/econosains.0091.02>
- Salam, A. dan Abdiyanti, S., 2022. *Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Wanita Produk Skin Care Merek Ms Glow Di Kecamatan Sumbawa)*: Manajemen Pemasaran. Accounting and Management Journal, 6(1), pp.60-68.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Saputra, R. dan Karneli, O. 2018. *Pengaruh Iklan dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen Produk Merek Honda (Survei Konsumen pada Dealer CV. Cempaka Motor di Kabupaten Sijunjung)*. (Doctoral dissertation, Riau University).
- Schiffman, Leon. dan Kanuk, Leslie. 2015. *Consumer Behaviour Eighth Edition: International Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall. (Alih Bahasa Rio, Yulihar, dan Reni).
- Shinta, Agustina. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Malang :Universitas. Brawijaya Press
- Silalahi, F., 2022. *Faktor-Faktor Yang Di Pertimbangkan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow Di Surabaya*. In Seminar Nasional Ilmu Terapan (Vol. 6, No. 1, pp. E24-E24).
- Sinaga, R. P. dan Hutapea, J. Y. 2022. *Analisis Pengaruh Brand Image, harga, dan Review Product Terhadap Keputusan Pembelian Skincare wardah Pada Mahasiswa UNAI*. INTELEKTIVA No 3 No 8. E-Issn: 2686-5661.
- Siregar, Syofian. 2017. *Metode penelitian kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Siswanto. 2019. *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia Pendekatan. Administratif dan Operasional*. Jakarta: Bumi Aksara

- Solihin. 2019. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Erlangga
- Soltani, Morteza, *et al.* 2016. *The Effect of Service Quality on Private Brand Image And Purchase Intention in The Chain Store of ETKA*. *Journal World Scientific News* 47 (2), 202-216.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suparyanto dan Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: In Media
- Syauki, W.R. dan Avina, D.A.A., 2020. *Persepsi dan preferensi penggunaan skincare pada perempuan milenial dalam perspektif komunikasi pemasaran*. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 4(2), pp.42-60.
- Tambunan, L.A., 2021. *Analisis Faktor Eksternal Dan Internal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand Sanitizer Di Masa Pandemi Covid-19*. *SIMAK*, 19(02), pp.287-311.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Pemasaran Jasa*. Malang, Indonesia: Bayumedia.
- Umar, Husein. 2019. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Yuvita, H., Wahab, Z. and Sulastri, S., 2019. *Pengaruh Brand Image Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Equity (Survei Terhadap Nasabah Bank Bni Syariah Di Kota Palembang)*. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(3), p.293235.