

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M., & Aswati, N. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Wajah MS Glow (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Perawatan Wajah MS Glow di Kecamatan Prigen). *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 4(2), 147. <https://doi.org/10.47201/jamin.v4i2.90>
- Warta Ekonomi. (2024). *Industri Kecantikan Nasional Makin Berkembang: Ini 5 Skincare Terbaik di Indonesia 2024*. Diakses dari: <https://wartaekonomi.co.id/read534634/industri-kecantikan-nasional-makin-berkembang-ini-5-skincare-terbaik-di-indonesia-2024>
- Alam, I. K., & Sarpan, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Ulang Mazaya Dekoratif Dan Skincare Pada Toko Tangga Mas Tambun. *Ikraith-Ekonomika*, 6(2), 284–291. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i2.2377>
- Alfia, N., & Dwiridotjahjono, J. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek Lipstik Wardah : Studi pada Pelanggan Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal. *ReLaa Roiba Journal Slaj : Religion Education Social*, 5(2023), 32–44. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v5i1.1284>
- Arief, A. L., Puspasari, T. R., & Stellarosa, Y. (2024). The Influence of Brand Ambassadors in Building Brand Image and Their Impact on Purchasing Decisions for Scarlett Whitening Products. *International Journal of Science and Society*, 6(2), 754–766. <https://doi.org/10.54783/ijsoc.v6i2.1202>
- Dinka Wardah Robiah, M. N. (2019). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin. *YUME : Journal of Management*, 5(1), 433–441. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.235>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Girsang, N. M., Rini, E. S., & Gultom, P. (2020). The Effect Of Brand Image And Product Quality On Re-Purchase Intention With Customer Satisfaction As Intervening Variables In Consumers Of Skincare Oriflame Users – A Study On Students Of North Sumatra. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 5(1), 40–57. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3627548>

- kotler, p., & armstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 17). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (Manajemen Pemasaran)* (Edisi 15). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip; Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Lemon, K. N.; Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96.
- Melianti, S., & Wasiman, W. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening di Kota Batam. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 7(1), 111–122. <https://doi.org/10.32493/dr.b.v7i1.37146>
- Ngoc Duy Phuong, N., & Thi Dai g, T. (2018). Repurchase Intention: The Effect of Service Quality, System Quality, Information Quality, and Customer Satisfaction as Mediating Role: A PLS Approach of M-Commerce Ride Hailing Service in Vietnam. *Marketing and Branding Research*, 5(2), 78–91. <https://doi.org/10.33844/mbr.2018.60463>
- Niken Puspita Sari, & Tri Sudarwanto. (2022). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SKINCARE MS GLOW (Studi Pada Konsumen MS Glow di Jawa Timur). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 25–40. <https://doi.org/10.51903/jimeb.v1i2.345>
- Ramdhani, D., & Widyasari, S. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN MINAT BELI ULANG SMARTPHONE OPPO. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*.
- Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Taan, H. L. (2017). Consumer Perception of Price and its Relationship with Purchase Decision. *Journal of Marketing Perspectives*, 5(2), 45–53.
- Tarigan, J., & Nuvriasari, A. (2023). Pengaruh Loyalitas Merek Pengalaman Pelanggan dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang Produk Skincare Scarlett. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 17369–17378.

<https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/9116>

Tjiptono, F. ; Diana, A. (2020). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.