

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik, K. Y. (2022). *Kota Yogyakarta dalam Angka 2022*.
- Boeng, S., & Santoso, S. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas pada Produk *Skincare* Skintific. *Open Journal Systems*, 20(1978), 7397–7410.
- CNN. (2025). Masuk Daftar Kosmetik Berbahaya BPOM, Pinkflash Buka Suara. In CNN Indonesia. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20251106124548-277-1292572/masuk-daftar-kosmetik-berbahaya-bpom-pinkflash-buka-suara>
- Hair, J. F., Tomas M, G., M, C., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.
- Indy, R., Aq, P. Y. N., Yusuf, & Rahmadi. (2025). *The Influence of Product Quality and Electronic Word of Mouth on Customer Loyalty in Skincare Products at Sociolla Cirebon. International Journal of Business, Economics and Social Development*, 6(2), 292–300.
- Irawati, A., Widyartati, P., & Surati, A. (2024). Peran Variasi Produk , Harga , dan Layanan dalam Membangun Loyalitas Pelanggan di Pasar Kosmetik Semarang. *16(3)*, 197–213.
- Jasa, R., & Asrudi. (2024). *Brand Image And Product Quality On Consumer Loyalty “SKINTIFIC” Through Consumer Satisfaction As An Intervening Variable. Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 400–412.
- Katuuk, E. L., Mandey, S. L., & Poluan, J. G. (2022). Pengaruh *E-WOM* dan Citra Merek terhadap Niat Beli Produk Kosmetik Wardah (Studi pada Mahasiswi FEB UNSRAT Manado Penyimak *Beauty Vlogger* Kosmetik Wardah). *The Influence of E-WOM and Brand Image on Purchase Intention Wardah Cosmetics Product (Study of FE)*, 10(3), 69–79.
- Komang, N., Arum, A., Devi, K., Anggria, K., & Made, I. (2025). Kontribusi Kualitas Produk dan *Electronic Word of Mouth (e-WOM)* Pada Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina di Kalangan Gen Z di Kuta Utara. *8(2)*. <https://doi.org/10.32877/eb.v8i2.3351>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management*.
- Lestari, D. A., & Nurhadi. (2021). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Merek Produk Kosmetik Wardah di Surabaya Selatan. VII(2)*, 22–30.
- Manan, L. O. A., Zainuddin, Z., & K, sri W. (2021). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Toko Kosmetik Gaya Baru, 81–91*.
- Mustika, W., & Napitupulu, E. V. (2025). *Mediating Role of Customer Satisfaction in Sales Promotion , Brand Image , and Reviews Toward Skintific Loyalty. 13(2)*, 255–269. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v13i2.16175>

- Nafilah. (2025). Produk Eyeshadow Pinkflash Dikeluhkan Sebabkan Iritasi hingga Operasi Mata. In *Detik Jatim*. Detik.com. <https://www.detik.com/jatim/berita/d-8200973/produk-eyeshadow-pinkflash-dikeluhkan-sebabkan-iritasi-hingga-operasi-mata>
- Nurchahyo, S. A., Ali, A., Ekonomi, F., Universitas, H., & Waluyo, N. (2023). Model Peningkatan *Purchase Intention* Berbasis *Credibility Endorser*, *E-WOM*, dan *Product Quality* melalui *Brand Image*, 3(1).
- Oktaviana, H., Farida, I., Anomsari, A., & Panjaitan, R. (2025). Analisis label halal, citra merek dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan kosmetik make over pada mahasiswi udinus. *21*(1), 29–40.
- Oliver, R. L. (1999). *Whence Consumer Loyalty?* 63, 33–44.
- Pertiwi, R. D. A., Nurhidayah, & Novianto, A. S. N. (2023). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Dan *Brand Experience* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Produk Skincare Y.O.U. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 14(01), 201–209.
- Putra, M. F., Setiowati, R., Ikha, R., Sari, P., & Pgri, I. (2025). *Model Data Panel Profit Pada Industri Kosmetik (Terdaftar di BEI Tahun 2019-2023)*. 80, 359–370.
- Ramadhanti, A. A., Tulhusnah, Lusiana, & Ediyanto. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, dan Suasana Toko dalam Menentukan Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel *Intervening* pada Toko Kosmetik Somaya Situbondo, 3(1), 161–175.
- Rizqiningsih, D. U., & Widodo, A. (2021). Pengaruh *Green Marketing* dan *Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus di Starbucks Coffee Kota Surabaya) *Effect of Green Marketing and Service Quality on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as Intervening Variable (Case Study at Starbucks Coffee Surabaya City)*. 12(28), 242–256. <https://doi.org/10.33059/jseb>.
- Rosita, Dewi Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia Volume*, 04(September), 494–505.
- Savitiri, L., Prasetyawan, F., Tanu Juwita, S., Vega Mahardhika, J., & Mosse, Y. (2024). Edukasi Pembuatan Media Mikrobiologi Halal pada Pemeriksaan Sediaan Kosmetik di PT Triszie Lab Indonesia, 5(April), 287–297.
- Sekaran, Uma, & Bougie, R. (2016). *Research Methode for Business*.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior*.
- Tambun, C., Moniharapon, S., Kawet, R. C., Produk, P. K., Merek, C., Harga, D. A. N., Pembelian, K., Kosmetik, P., Di, W., Krida, I., Manajemen, J., Ekonomi, F., Tambun, C., Moniharapon, S., & Kawet, R. C. (2023). *Influence of Product Quality, Brand Image, and Price on the Purchase Decision of Wardah Cosmetic Products in Indomaret Krida Malalayang*, 11(3), 231–243.

- Tasia, A. A., & Kinasih, D. D. (2022). Pengaruh Brand Image , Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Pekanbaru. *2*(1), 74–85.
- Wafa, I. (2025). 10 Brand Eyeshadow Terlaris di Shopee Indonesia 2025, Mana Favoritmu? GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/10-brand-eyeshadow-terlaris-di-shopee-indonesia-2025-mana-favoritmu-X9aJY>
- Wijayanto, I., & Iriani, S. S. (2013). Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen, *1*.
- Wulandari, W. (2025). Preferensi Konsumen terhadap Label Halal , Kualitas Produk , dan Harga serta Dampaknya terhadap Kepuasan Pengguna Kosmetik. *3*, 142–153.
- Yanti Sirait, F., Fitri, M., & Batubara, C. (2023). Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Ulang Halal Kosmetik Safi. *6*, 450–464.