

DAFTAR PUSTAKA

- Ac, A. M., Haryanti, N., & Putri, I. N. K. (2023). *The Influence Of Brand Ambassadors And Promotions On Purchase Decisions Through Brand Image As An Intervening Variable In Tokopedia E-Marketplace In East Java. International Journal Of Social Science And Business*, 7(3), 519–530. <https://doi.org/10.59889/Ijembis.V3i3.166>
- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco Di Cv Indosanjaya Kota Bandung. *Seiko : Journal Of Management & Business*, 6(1), 492–503. <https://doi.org/10.37531/Sejaman.V6i1.3926>
- Anwar, S. (2020). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Archie, A., & Eriyanti, L. R. (2021). Pengaruh Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Watchout Di Kota Pontianak. *Jurnal Produktivitas*, 8, 340–348. www.openjurnal.unmuhpnk.ac.id/index.php/jp
- Arifin, S., & Setyorini, S. (2023). *The Influence Of #RacunTikTok Trends, Product Review And Customer Rating On Purchase Decisions Through Purchase Intention. Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Manajemen*, 9(2), 91–106.
- Bachtiar, M., Agung, S., & Kuraesin, E. (2024). Pengaruh Teknologi Informasi Dan Inovasi Terhadap Daya Saing Perusahaan (Studi Kasus Usaha Teh Dawoon Kabupaten Bogor). *Journal Of Management*, 2(2), 12–14.
- Batubara, M., Silalahi, P., & Sani, S. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Scarlett Whitening. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1327–1342. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V4i5.931>
- Desmi, R. N., & Marlien, R. . (2022). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Nilai Pelanggan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Albania Coffee Boja). *Yume : Journal Of Management*, 5(1), 16 Pages.
- Fahimah, M., & Munfarida, N. F. (2023). Review Produk Dan Content Marketing Produk Frozen Food Di Aplikasi Tiktok. *Jurnal Investasi*, 9(1), 1–7. <https://doi.org/10.31943/Investasi.V9i1.232>
- Febrianty, E., Pudjoprastyono, H., & Ariescy, R. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone: *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2870–2881. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V6i2.4227>
- Firmansyah, F., & Jarror, A. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo. *Manajerial*, 8(03), 247. <https://doi.org/10.30587/Manajerial.V8i03.2547>
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Universitas Diponegoro.
- Hidayah, N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Chatime Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27(3), 433–443. <https://doi.org/10.35760/Eb.2022.V27i3.2517>
- Hulima, J. S. P., Soepono, D., & Tielung, M. V. . (2021). Pengaruh Kualitas Produk,

- Promosi Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Wardah Di Kota Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 1167–1177.
- Hutabarat, F. S., Simangunsong, R., & Siahaan, T. M. (2023). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tiktok Shop Di Kelurahan Sukamaju Pematang Siantar. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 1637.
- Ilmi, S. H., Harianto, E., Mas'ud, R., & Azizurrohman, M. (2023). *Does Digital Marketing Based On Brand Image And Brand Trust Affect Purchase Decisions In The Fashion Industry 4.0? Jurnal Aplikasi Manajemen*, 21(3), 553–566. <https://doi.org/10.21776/UJAM.2023.021.03.01>
- Ilmiyah, K., & Krishnawan, I. (2021). *Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto*. 9.
- Indraningsih, R., & Fauzi, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Citra Merek Dan Selebriti Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening Di Kota Madiun. <https://medium.com/>, September 2022.
- Jasmalinda. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha Di Kabupaten Padang Pariaman. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 2199–2205.
- Kusumadewi, S., & Ramadhan, F. (2024). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Milenial Dalam Industri Fashion. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Lembayung, R. D., Mahmud, & Sentosa, E. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ikraith-Ekonomika*, 6(2), 424–432.
- Lestari, R. D., Farida, U., & Purwaningrum, T. (2023). Pengaruh *Brand Ambassador, Electronic Word Of Mouth*, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Marketplace Tokopedia Di Magetan). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(11), 4241–4252.
- Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee Di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185–195. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.V7i2.665>
- Mustafa, R., & Setiawan, P. Y. (2022). *Pengaruh Kewajaran Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*. 11(5), 927–947. <http://117.74.115.107/index.php/jemasi/article/view/537>
- Naisaniya, F. R., & Saputro, E. P. (2023). Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Produk Rabbani. *Value*, 4(2), 133–150. <https://doi.org/10.36490/value.V4i2.935>
- Nasution, S. L. (2019). Pengaruh Citra Perusahaan, Pelayanan, Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Master Cash & Credit Kota Pinang. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(1), 60–69. <https://doi.org/10.36987/ecobi.V6i1.35>
- Oktavia, E. B., Fatimah, F., & Puspitadewi, I. (2022). *Pengaruh Harga, Brand Ambassador, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening Indonesia Di Tokopedia*. 20(2), 361–375.

- Omar, Y. R., & Abimanyu. (2023). Pengaruh *Korean Wave* Dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Bukalapak. *Ppiman : Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 3, 1–11.
- Padang, A., Novita, V., Sinambela, M., Safaruddin, & Fitri, N. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Pada Mahasiswa Kota Medan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi*, 2(4).
- Pratiwi, N. P. N. J., Harrtati, P. S., & Purwaningrat, P. A. (2024). Pengaruh *Price Fairness*, *Influencer Marketing*, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Asi Booster By Mamabear Di Toko Clandys Buluh Indah Denpasar. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan, Dan Pariwisata*, 4(1), 153–163.
- Priyanto, D. (2013). *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan Spss*. Mediakom.
- Putri, A. D. S., & Yulianti, I. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 8(1), 25. <https://doi.org/10.32493/Skr.V8i1.9716>
- Rahayu, R., & Budiyanto. (2023). Pengaruh Harga, Ulasan Produk Dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Market Place Shopee (Studi Kasus Kepada Konsumen Shopee Di Surabaya). *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1(6), 1978–1520.
- Rahayu, S. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna *E-Commerce* Tokopedia. *Mbia*, 20(1), 40–50. <https://doi.org/10.33557/Mbia.V20i1.1271>
- Rahmad, A. (2021). *Pengaruh Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia.Com Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Umsu*.
- Ramadhan, S., & Ramli, Y. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina. *Journal Of Fundamental Management (Jfm)*, 4(1), 125. <https://doi.org/10.22441/Jfm.V4i1.17931>
- Rasyad, H. (2025). *Kepala Bpom Dukung Kolaborasi Riset Dan Inovasi Dalam Ekosistem Kecantikan*. Badan Pom. <https://www.pom.go.id/Berita/Kepala-Bpom-Dukung-Kolaborasi-Riset-Dan-Inovasi-Dalam-Ekosistem-Kecantikan?>
- Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manaemen*, 10, 1–20.
- Saktiendi, E., Herawati, S., Yenny, L. A., & Agusti, A. W. (2022). Pengaruh *Viral Marketing*, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow Di Bumi Indah Kabupaten Tangerang. *Formosa Journal Of Multidisciplinary Research*, 1(2), 197–210. <https://doi.org/10.55927/Fjmr.V1i2.524>
- Sandra, N. A., Deriani, N. W., & Panjaitan, P. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Di Mediasi Oleh Minat Beli. *Widya Manajemen*, 5(2), 147–158. <https://doi.org/10.32795/Widyamanajemen.V5i2.4172>
- Saputri, H. P. S. (2022). Pengaruh Ulasan Pelanggan Online Dan *Rating* Terhadap

- Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. In *Bulletin Of Management And Business* (Vol. 3, Issue 2). <https://doi.org/10.31328/Bmb.V3i2.239>
- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *Cidea Journal*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.56444/Cideajournal.V2i2.775>
- Setiawan, R. A., Askolani, & Pauzy, D. M. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Konsumen Erigo Official Shop Shopee.Co.Id Di Kota Tasikmalaya). *Jurnal Doktor Manajemen (Jdm)*, 6(2), 188. <https://doi.org/10.22441/Jdm.V6i2.21900>
- Setiawan, R. D., & Lestari, W. D. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Rds Phone Store Di Surakarta. *Value*, 4(1), 167–184. <https://doi.org/10.36490/Value.V4i1.742>
- Sitorus, S. A. (2023). Kualitas Produk, Kesesuaian Harga Dan Intensitas Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Teh Pucuk Harum Dikota Medan. *Journal Business And Management*, 1(1), 1–10. https://ejournal.uhn.ac.id/index.php/Business_Management
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Manajemen*.
- Sugiyono, & Susanto, A. (2021). *Cara Mudah Belajar Spss & Lisrel*. Alfabeta.
- Sumaryanto, S., Widajanti, E., & Susanti, N. I. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Excellent*, 9(1), 93–110. <https://doi.org/10.36587/Exc.V9i1.1256>
- Supriadi, Y. N., Arieftiara, D., Desmintari, & Ahman, E. (2021). Membangun Citra Merek Perusahaan Dan Kualitas Produk Dalam Memediasi Pengaruh E-Wom Pada Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Digital. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 311–330.
- Suyanti, R., & Nainggolan, N. P. (2023). Pengaruh *Brand Image*, Promosi Media Sosial, Dan *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Di Xes Shoes Indonesia. *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(4). <https://doi.org/10.33884/Scientiajournal.V5i4.7895>
- Swesti Mahardini, Ida Mudafia, I., & Apricuansyah, R. (2023). Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Wilayah Dki Jakarta. *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (Jumpa)*, 10(2), 1–10. <https://doi.org/10.55963/Jumpa.V10i2.538>
- Syaifuddin. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Elco Indonesia Sejahtera. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 6, 240–245. <https://doi.org/10.37034/Infec.V6i1.856>
- Waluyo, W., Kadi, D. C. A., & Apriyanti. (2022). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom), Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Amanda Brownies Cabang Ponorogo). *Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi I 14 Agustus 2019*, 442–453.
- Wardani, D. S., & Maskur, A. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorser*, Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pengguna Scarlett Whitening). *Jesya*, 5(2), 1148–1160.

<https://doi.org/10.36778/Jesya.V5i2.689>

- Wibowo, F. T., & Wijastuti, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Pada Brand Manly Cloth Di Kota Sukoharjo). *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(4), 766–775. <https://doi.org/10.37606/Publik.V9i4.467>
- Wulandari, H. P., & Subandiyah, A. E. (2022). Pengaruh Ulasan Produk, Harga Dan Pembayaran Non Tunai (Shopee Paylater) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Market Place Shopee Di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9(2), 80–93. <https://doi.org/10.54131/Jbma.V9i2.138>
- Yusa, V. De, Aswin, & Pratisti, C. (2023). Pengaruh Media Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Pembelian Sneakers. *Ekonomika45 : Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 11(1), 356–362. <https://doi.org/10.30640/Ekonomika45.V11i1.1872>