

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, E. (2018). *PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH (LIPSTICK) PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN RADEN FATAH PALEMBANG*. 66, 37–39. https://www.fairportlibrary.org/images/files/RenovationProject/Concept_cost_estimate_accepted_031914.pdf
- Aliami, S., & P, I. D. (2018). *ARTIKEL PENGARUH BRAND IMAGE , TRUST , DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH Oleh : SRI AGUSTINA Dibimbing oleh : PROGRAM STUDI FAKULTAS EKONOMI SURAT PERNYATAAN ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2018*. 02(02).
- Amanah, D. (2018). Pengaruh Promosi dan Brand Image (Citra Produk) Terhadap Loyalitas Pembelian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 3(9), 1689–1699.
- Amin, A. M., & Yanti, R. F. (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), 1–14. <https://doi.org/10.55583/invest.v2i1.111>
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra (Studi Kasus pada Mahasiswa IAIN Salatiga). *JESYA (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4 (1)(1), 120–136.
- Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang*, 3(2), 108. <https://doi.org/10.32493/drj.v3i2.6299>
- Destarini, F., & Prambudi, B. (2020). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen 212 Mart Condet Batu Ampar. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(1), 58–66. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i1.27>
- Dewi, R. N. T. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*. *EJournal Administrasi Bisnis*, 7(4), 409–423. <https://doi.org/10.47313/oikonomia.v13i2.503>

- Dwi Ningrum, N. H., & Maddinsyah, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tupperware Pada Distributor Ishwarya Parama Ciputat Timur Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(1), 31. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i1.9976>
- Edwin Agung Wibowo. (2021). *Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pengguna Ban Forklift Merek Annair di Kota Batam)*. 1(4), 609–624.
- Erdalina, W. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Televisi terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Citra Hand and Body Lotion di Pariaman. *MENARA Ilmu*, XII(9), 155–164.
- Fauziah, R. (2020). *Pengaruh E-Marketing, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kerudung Pt Xyz Bandung*. <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3609/%0Ahttps://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3609/8/11>. UNIKOM_RIZKY FAUZIAH_BAB II.pdf
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>
- Minarti, M. S. (2020). Pengaruh gaya hidup, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, Vol. 4(3), 210–217. http://repository.upbatam.ac.id/217/1/cover_s.d_bab_III.pdf
- Nurmawati. (2018). *perilaku konsumen dan keputusan pembelian*. https://www.google.co.id/books/edition/Perilaku_Konsumen_dan_Keputusan_Pembelia/CHRMEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=definisi+kualitas+produk&pg=PA29&printsec=frontcover
- PUTRI MELINDA, P. (2020). Pengaruh Harga, Iklan, Lifestyle dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Ceriamart. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta*, 16–17.
- Saputri, D. A., & Setyawati, H. A. (2020). Analisis Pengaruh Beauty Vlogger Sebagai Reference Group, Lifestyle dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pixy. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(5), 788–801. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i5.621>
- sugiyono. (2016). *Pengaruh Viral Marketing Melalui Aplikasi Line Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswa Telkom University Pada Tahun 2016) Rikki*, 2(2), 103–111.
- Sugiyono. (2016). *Buku Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Syaputra, R. (2021). Universitas Bung Hatta. *Sumatera, Jl Karang, Ulak Utara, Padang Syaputra, Riki, 6–7*. <http://repo.bunghatta.ac.id/3293/3/36> ARIF MURANDA 1510017411019 BAB I.pdf

Yunus, N. Y. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Manado. *Institut Agama Islam Negeri (IAIN)*, 1–94.