

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, F., Hidayat, H. M., & Fitriany. (2022). Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label. *Jurnal The Manusagre*, 2(1), 216–230.
- Ahdiat, A. (2022). 10 Serum Wajah Paling Laris di E-Commerce, Mayoritas Brand Lokal. *Katadata Media Network*.
- Chang, T. Z., & Wildt, A. R. (1994). Price, product information, and purchase intention: An empirical study. *Journal of the Academy of Marketing science*, 22(1), 16-27.
- Dwitari, D. M. (2019). Mengukur Sikap dan Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Skin Care dengan Menerapkan Brand Image Merek Lokal. *Industrial Research Workshop and National Seminar*, 10(1), 686–696.
- Febiyati, L., & Aqmala, D. D. (2022). Pengaruh E-WOM, Brand Image, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Grab Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *JMDB*, 1(1), 28–39.
- Febriyantoro, M. T. (2020). *Exploring YouTube Marketing Communication: Brand awareness, brand image and purchase intention in the millennial generation. Cogent Business and Management*, 7(1).
<https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1787733>
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, teknik dan aplikasi menerapkan SmartPLS 3.0*. Semarang: Undip.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). *When to use and how to report the results of PLS-SEM. European business review*, 31(1), 2-24.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(3), 415–424.
- Haro, A., Oktaviana, D., Dewi, A. T., Anisa, W., & Suangkupon, A. (2020). *The Influence of Brand Image and Service Quality towards Purchase Intention and*

- Its Impact on the Purchase Decision of Samsung Smartphone. KnE Social Sciences*, 2020, 329–336. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i6.6609>
- Hartati, B. (2021). Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Cosmetics Jafra Pada PT Jafra Cosmetics Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(01), 123–137.
- Hutri, E. D., & Yuliviona, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Abstract of Undergraduate Research, Faculty of Economics, Bung Hatta University*, 20(2).
- Imbayani, I. G. A., Prayoga, I. M. S., & Dwiyantri, N. K. A. P. (2025). *The influence of brand image, digital marketing, and online customer reviews on purchasing decisions in the skincare industry. International Journal of Tourism & Hospitality in Asia Pasific*, 8(3), 408–423.
- Kambali, I., & Syarifah, A. (2020). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Billionaire Store Bandung). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–8.
- Kertajaya, H. (2005). *Positioning, Differentiation and Brand*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Lane Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13). Erlangga.
- Kuspriyono, T. (2016). Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. *Jurnal Komunikasi*, VII(1), 26–32.
- Kusuma, F. A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 3(1), 29–53.
- Nabilaturrahmah, A., & Siregar, S. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Brand Image, dan e-WOM terhadap Minat Beli Produk Somethinc. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(7), 41–49. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6534500>

- Noor, J. (2016). Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah. Prenada Media.
- Nugroho, N., Akbar, F., Hutabarat, M., & lainnya. (2022). Analisis kualitas produk pada Love Tempe Cemara Asri - Medan. *Manajemen Internasional Pemasaran*, 1, 7.
- Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>
- Putri, R. S., Purba, R. I., & Imelda, D. (2020). *Building A Purchase Decision: Analysis Of Brand Awareness And Brand Loyalty*. *DIJEMSS*, 1(4), 525–534. <https://doi.org/10.31933/DIJEMSS>
- Rahmani, R. G., & Bursan, R. (2022). Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10, 51–60.
- Rahmanita, B. (2019). Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik. *Koran Tempo*.
- Redaksi. (2020). Beauty Brand Lokal Somethinc Luncurkan Makeup Line Berstandar Internasional. *Topreneur.id*.
- Riha, I., Maspiyah, Pritasari, O. K., & Dwiyaniti, S. (2021). Analisis Perbandingan Minat Konsumen Remaja Putri. *E-Jurnal*, 10(3), 181–190.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890.
- Setyawati, R., Suhartono, S., & Asmoro, P. N. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Manajemen*, 9(1), 68–84. <https://doi.org/10.32477/jrm.v9i1.402>

- Susanto, Y., & Realize, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen. *ECo-Buss*, 5(2), 508–518. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i2.459>
- Susianti, D. (2021). Kementerian Perindustrian Dorong Ekspor Produk IKM Kosmetik Berbahan Lokal. *Media Indonesia*.
- Sutiani, L. (2022). Data Penjualan Serum: Brand Lokal Kokoh Pimpin Pasar. *Compas*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Jakarta: Alfabeta.
- Tahir, M. (2023). Analisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 2(2), 378–385.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wulandari, T. (2016). Analisis Proses Keputusan Pembelian Mahasiswa. *Politeknik Perdana Mandiri*.
- Weisstein, Fei & Kukar-Kinney, Monika & Monroe, Kent. (2016). *Determinants of consumers' response to pay-what-you-want pricing strategy on the Internet. Journal of Business Research*. 69. 10.1016/j.jbusres.2016.04.005.
- Wolgabrink Sabini, F. (2021). Industri Kosmetik Ditargetkan Tumbuh 10 Persen. *Koran Jakart*