

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghofur, & Supriyono. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Sego Njamoer (Studi pada Gerai Sego Njamoer Foodcourt Royal Plaza Surabaya). *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 5(2), 380–394. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v5i2.700>
- Acep Samsudin, R. H. (2022). Pengaruh Strategi Digital Marketing dalam Keputusan Pembelian Produk Camille melalui Marketplace Shopee. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4, 1707–1715.
- Adaby, O. C., & Nurhadi. (2022). Pengaruh Promosi Media Sosial, Electronic Word of Mouth (E-Wom) Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Erigo Apparel. *Forum Bisnis Dan Kewirausahaan Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 12(1), 35–46.
- Adam, M. R. R., Handra, T., & Annas, M. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Periklanan Terhadap Brand Image (Peran Digital Marketing). *Technomedia Journal*, 7(2), 189–201. <https://doi.org/10.33050/tmj.v7i2.1905>
- Afriani, S. (2024). *the Influence of Brand Image, Quality Product, and Brand Trust on Consumer Purchase Decisions for Camille Beauty Products in Batam City*. 5(1), 226–232.
- Akbari, R. Z., Wendy, Listiana, E., Hasanudin, & Fauzan, R. (2024). The Role of Brand Image in Mediating the Influence of Social Media Marketing and Product Quality on Purchase Decision Uniqlo in Indonesia. *Ilomata International Journal of Management*, 5(1), 23–44. <https://doi.org/10.52728/ijjm.v5i1.983>
- Althazia, D., & Aziz, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk You Transmart Padang. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(2), 601–615. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i2.199>

- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Anggraeni, R., & Sutedjo, B. (2024). *THE INFLUENCE OF BRAND TRUST AND CUSTOMER VALUE ON PURCHASE INTENTION AND CUSTOMER LOYALTY (Study on working women who use Wardah cosmetics)* PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI DAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada wa. 7.
- Anggraini, F. D. P., Aprianti, A., Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6491–6504. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3206>
- Ayu Pransiska, L., & Maya Kumala Sari, H. (2024). *Customer Ratings on Purchasing Decisions for Beauty Products on Tiktokshop Peran Kualitas Produk, Online Customer Review, Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Pada Tiktokshop*. 7.
- Billa, A. S., Persada, S. F., & Apriyansyah, B. (2021). Analisis Tabulasi Silang pada Penggunaan Web-Based Services Kampus: Studi Kasus my.its.ac.id. *Jurnal Teknik ITS*, 10(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v10i2.62942>
- Cahayani, C. O., Sutar, Fika, S., Salsabilla, W., & Batangriyan, R. (2020). Brand Image Dan Dampaknya Terhadap Keputusan. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(September), 1–15.
- Cahyani, G., & Aulia, P. (2023). Pengaruh Konten Marketing Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Masker Camille Beauty (Studi Kasus Pada Konsumen Camille Beauty di Kota Bandung). *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 495–501.
- Cheren, A., & Haryanto, H. (2023). Analysis of Factors Influencing Brand Loyalty to Consumers of Beauty Clinics Mediated by Brand Trust. *Management*

Studies and Entrepreneurship Journal, 4(5), 5114–5127.
<http://journal.yrpiaku.com/index.php/msej>

- Dairina, Laila & Sanjaya, V. F. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK (Studi pada produk sepatu merek Converse). *Jurnal Ekonomi Islam*, VII(8.5.2017), 2003–2005.
- Damayanti, Alvina, & Inayati, T. (2024). *Bisma : Jurnal Bisnis dan Manajemen Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Body Lotion Scarlett Whitening*. 18(1).
- Damayanti, Anisia, Arifin, R., & Rahmawati. (2023). Vol. 12. No. 01 ISSN : 2302-7061. *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 12(01), 510–518.
- Darmawan, D., Sudrajat, I., Kahfi, M., Maulana, Z., Febriyanto, B., Pendidikan, J., Sekolah, L., Pendidikan, K., Sultan, U., & Tirtayasa, A. (2021). Perencanaan Pengumpulan Data sebagai Identifikasi Kebutuhan Pelatihan Lembaga Pelatihan. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 5(1), 71–88. <https://doi.org/10.15294/pls.v5i1.30883>
- Dewi, L. K. C., Widagdo, S., Martini, L. K. B., & Suardana, I. B. R. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Keputusan Wisatawan Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 6(2), 243–270. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i2.5205>
- Djamaris, A. R. A. (2021). Pemanfaatan Regresi Logistik Ordinal dan Multinomial dengan SPSS. *Laporan Kegiatan Masyarakat. Pemanfaatan Regresi Logistik Ordinal Dan Multinomial Dengan SPSS*, 40.
- Ermaningtiastuti, C. (2022). *Entrepreneur Muda Catatkan Kesuksesan Lewat Camille Beauty*. <https://www.marketeers.com/entrepreneur-muda-catatkan-kesuksesan-lewat-camille-beauty/>
- Fahmi, M., Arif, M., Farisi, S., & Purnama, N. I. (2019). Peran Brand Image dalam

- Memediasi Pengaruh Social Media Marketing terhadap Repeat Purchase pada Fast-Food Restaurant di Kota Medan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 53–68. <https://doi.org/10.33059/jseb.v11i1.1722>
- Fauzia Khairunnisa. (2020). Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Piutang Usaha Berbasis Web Menggunakan Php Dan Mysql Di Pt Kereta Api Daop 2 Bandung. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 14(2), 80–85.
- Febriani, G. A. (2021). *Kisah Nadya Sukses Bisnis Skincare Lokal di Usia Muda, Omzet Miliaran.* <https://wolipop.detik.com/inspiring-people/d-5870390/kisah-nadya-sukses-bisnis-skincare-lokal-di-usia-muda-omzet-miliaran>
- Fhuspa, K. A. (2023). Dampak Keuntungan, Ketersediaan Dana, Penggunaan Utang, dan Aktivitas Bisnis Terhadap Posisi Sukuk. *Journal of Economics, Finance, and Social Science Review*, 1(2), 42–56. <http://journal.epistemikpress.id/index.php/JEFSOR/article/view/187>
- Firdaus, A. (2021). *Nadya Shavira, Masih Muda tapi Sukses Ciptakan Masker Wajah Organik yang Tembus Pasar Internasional.* <https://www.medcom.id/gaya/feature/Obz4YMdK-nadya-shavira-masih-muda-tapi-sukses-ciptakan-masker-wajah-organik-yang-tembus-pasar-internasional>
- Gunawan, D. G. (2022). Pengaruh Label Halal, Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Safi Melalui Brand Image Dan Brand Trust. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 815. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4508>
- Gunawan, G. & K. (2022). PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, DAN MARKETING MIX TERHADAP PURCHASE INTENTION KOPI BUBUK LOKAL DI BALI. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*, 2016, 5–24. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB%202.pdf)
- Gunawan, P. A., & Kunto, Y. S. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Nutrition

Label Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Lemonilo: Efek Moderasi Orientasi Makanan Sehat. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1), 48–56.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.1.48-56>

Hakim, L. L. & K. (2019). PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE DAN CUSTOMER PERCEIVED VALUE TERHADAP PURCHASE INTENTION. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*, 53(1), 1689–1699.
<https://www.infodesign.org.br/infodesign/article/view/355%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/731%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/269%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/106%0A>

Handoko, N., Susbiyani, A., & Martini, N. (2022). *Volume 14 Issue 1 (2022) Pages 181-190 JURNAL MANAJEMEN ISSN : 0285-6911 (Print) 2528-1518 (Online) Pengaruh kompensasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja pegawai dengan motivasi kerja sebagai variabel intervening The effect of compensation and w. 14(1), 181–190.*
<https://doi.org/10.29264/jmmn.v14i1.10879>

Hayati, R. (2023). *Pengertian Teknik Sampling, Jenis, dan Contohnya*. Penelitian Ilmiah.Com. <https://penelitianilmiah.com/teknik-sampling/>

Hediyati, R. R., & Wahyuningtyas, Y. F. (2024). *Pengaruh Brand Image , Mutu Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Miniso Ambarrukmo Plaza Mall Yogyakarta*. 7(1), 310–319.

Heny Puspasari, & Weni Puspita. (2022). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Tingkat Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa terhadap Pemilihan Suplemen Kesehatan dalam Menghadapi Covid-19. *Jurnal Kesehatan*, 13(1), 65–71. <http://ejurnal.poltekkes-tjk.ac.id/index.php/JK>

Hertina, D., & Wulandari, D. (2022). Pengaruh harga, kualitas produk dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5379–5384.
<https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.1988>

- Hery Winoto Tj, Saparso, A. K. T. (2022). PENGARUH WORD OF MOUTH DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DIMEDIASI OLEH BRAND IMAGE PADA PRODUK JASA PEMBIAYAAN KREDIT MOBIL Hery. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4, 594–612.
- Humairoh, H., Febriani, N., & Annas, M. (2023). Determinasi Minat Beli Ulang Konsumen Pada Aplikasi Tiktok. *Dynamic Management Journal*, 7(1), 71. <https://doi.org/10.31000/dmj.v7i1.7440>
- Husain, N., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2021). Analisis Lokasi, Potongan Harga, Display Produk dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli pada Alfamart Kayubulan. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(1), 63–85. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i1.332>
- Imani, A. N., Putra, S. S., & Digdowiseiso, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Universitas Nasional Jakarta. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(1), 2537–2548. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i1.8174>
- Isa Mulyadi, A., & Zuhri, S. (2020). Analisis Strategi Brand Image Kedai Kopi “MOENG KOPI” Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 109–124. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.2.109-124>
- Kolinug, M. S., Mananeke, L., & Tampenawas, J. (2022). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK REVLON (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 101. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41293>
- Kurniati, T., Gunawan, H., & Nisya, K. (2023). Analisis Kepuasan Dan Kepentingan Fasilitas Dan Layanan Angkutan Berbasis Online Di Kota Padang. *Jurnal Ilmiah Poli Rekayasa*, 18(2), 79. <https://doi.org/10.30630/jipr.18.2.299>

- Kurniawan, I., & Azis, S. (2020). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HOTEL GRAND CANDI SEMARANG. *Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*.
- Laraswati, C., & Harti, H. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek Dan Etnosentrisme Konsumen Terhadap Minat Pembelian Produk Somethinc. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 12(2), 185–196. <https://doi.org/10.37932/j.e.v12i2.564>
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Costumer Review dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla. *Jurnal Mirai Managemnt*, 6(1), 139–154.
- Leilani, E. R., & Kusnanto, D. (2024). Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2547–2562. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.1223>
- Lestari, Y., & Hayuningtias, K. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli (Studi kasus pada pengguna produk wardah kosmetik di Kota Kendal). *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20(2), 421–432. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v20i2.12734>
- Margaretha, L., & Tjiptodjojo, K. I. (2024). Keputusan Pembelian Konsumen: Peran Duta Merek dan Kualitas Produk. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(3), 2141–2146. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i3.3469>
- Meitana, N. P. (2023). *pemasaran yang dilakukan cammille beauty dalam memasarkan produk*. <https://www.kompasiana.com/nabilaputrimeitana/64aaafb0e1a1674a7a291362/pemasaran-yang-dilakukan-camille-beauty-dalam-memasarkan-produk>
- Mochammad Ardiyan Firmansyah, T., Hariasih, M., Indayani, L., & Muhammadiyah Sidoarjo, U. (2023). Improving Service Quality, Timeliness And Prices On Customer Satisfaction At Jet & Tony Express (J&T) Companies In East Java Region. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 9359–9372. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

- Modest.id. (2021). No Title. *Sukses Camille Beauty Pasarkan Masker Organik via Media Sosial*. <https://www.modest.id/news/sukses-camille-beauty-pasarkan-masker-organik-via-media-sosial>
- Ni Luh Putu Pratiwi, N. N. R. R. (2022). PERAN BRAND IMAGE DALAM MEMEDIASI HUBUNGAN KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN. *E-Jurnal Manajemen*, 27(2), 635–637.
- Nova. (2021). *Berbisnis Sejak Muda, Camille Beauty Milik Nadya Shavira Jadi Brand Masker Paling Laris*. <https://nova.grid.id/read/053038133/berbisnis-sejak-muda-camille-beauty-milik-nadya-shavira-jadi-brand-masker-paling-laris?page=all>
- Nurulita, F., Kamaruddin, K., & Asmini, A. (2023). Analisis Determinan Tingkat Kemiskinan Di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 11(2), 261–272. <https://doi.org/10.58406/jeb.v11i2.1314>
- 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. *Growth*, 20(2), 361. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v20i2.2108>
- Osiska, D., Leonitha, R., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus pada Konsumen Produk Kosmetik Wardah di Wilayah DKI Jakarta & Jawa Barat). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Februari, 2023(4), 107–115. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7678007>
- Pangastuti, J., Sudjiono, S., & Prastiti, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Counter Wardah Di Borobudur Kediri. *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 2(1), 69. <https://doi.org/10.30737/jimek.v2i1.424>
- Permana, E., Ahyani, S., Ramadhanti, D., & Ananda, D. (2023). Strategi Pemasaran Dalam Membangun Brand Awareness Produk Camille Beauty Melalui Platform Tiktok. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Bisnis*,

2(2), 82–90.

- Permatasari, A. N. I., & Hidayat, A. M. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Tiktok dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Camille Beauty. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 350–355. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i2.250>
- Prahastisalsabila Salsabila, & Nurhadi. (2022). Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek dan Citra Merek terhadap Loyalitas Merek pada produk Hand & Body Lotion Lotion Nivea. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 6(1), 184–198. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i1.869>
- Purnama Putri, I., Fendari, M., Nasdi Putra, K., Aldi, M., & Ayu Nofirda, F. (2024). Analisis Persepsi Konsumen pada Produk Lokal : Scarlet. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 3977–3982.
- Puspita, Y. D., & Rahmawan, G. (2021). Pengaruh Harga , Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier Influence of Prices , Product Quality and Brand Image on Garnier Product Purchase Decisions. 08, 98–104.
- Putra, G. K., Persada, S. F., & Apriyansyah, B. (2021). Analisis Karakteristik Demografi dan Tabulasi Silang pada Niat Menggunakan Alat Deteksi. *Jurnal Teknik ITS*, 10(2), 161–166.
- Putri, T. A., Marwan, M., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik La Tulipe Di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(4), 734. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v1i4.5651>
- Ramadhani, F. (2022). 10 Masker Wajah Terlaris Shopee dan Tokopedia: Brand Lokal Memimpin! <https://compas.co.id/article/masker-wajah-terlaris/>
- Rangian, M. C., Wenas, R. S., & Lintong, D. C. A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Ms Glow Skincare Di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*,

10(3), 284. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41948>

- Rian, F. R. N., & Hafiyusholeh, M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pemilihan Program Studi Matematika Uinsa Surabaya Menggunakan Metode Regresi Logistik Ordinal. *AXIOM: Jurnal Pendidikan Dan Matematika*, 10(1), 26. <https://doi.org/10.30821/axiom.v10i1.8072>
- Riani, A. (2022). Review: Masker Organik Camille Beauty yang Terjual Lebih dari 700 Ribu Buah per Bulan. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4860577/review-masker-organik-camille-beauty-yang-terjual-lebih-dari-700-ribu-buah-per-bulan>
- Rosita, D., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 494–505. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.200>
- Saffira, L., & Rahmawan, G. (2022). Perilaku Penggunaan Tik Tok Sebagai Media Promosi Pebisnis. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), 717–723. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1451>
- Safitri, A., Liya, A., & Dewi, S. (2022). Penyusunan Laporan Keuangan Berdasarkan Isak 35 Pada Tpq Al-Barokah Pekalongan. *JAKA (Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Auditing)*, 2(2), 38–54. <https://doi.org/10.56696/jaka.v2i2.5415>
- Salsabila, R. F., & Suyanto, A. (2022). Analisis Faktor-Faktor Pembelian Impulsif pada E-commerce Kecantikan Analysis of Impulsive Purchase Factors on Beauty E-commerce. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 76–89. <https://doi.org/10.33059/adalah>
- Salsabilla, N., & Handayani, T. (2023). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Di Sosial Media Tiktok. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1759–1769. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3272>

- Sangadji, F. A. P., Fitri, A. C. S., Sitanggang, D. A., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). The Role of Social Media As a Platform for E-Commerce. *Vaasan Ammattikorkeakoulu University of Applied Sciences*, 4(1), 1–7.
- Sanjaya, F. A., Ambarwati, R., & Lesmanawati, D. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Electronic Word Of Mouth (Studi Kasus: Konsumen Kedai “Ikhtiar” Banjarbaru). *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 82–89. <https://doi.org/10.35130/jrimk.v6i2.354>
- Saputri, S. A., & Novitaningtyas, I. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Review Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Among Makarti*, 15(1), 65–76. <https://doi.org/10.52353/ama.v15i1.243>
- Sari, M., & Purhadi, P. (2021). Pemodelan Indeks Pembangunan Manusia Provinsi Jawa Barat, Jawa Timur Dan Jawa Tengah Tahun 2019 Dengan Menggunakan Metode Regresi Logistik Ordinal. *Jurnal Gaussian*, 10(1), 149–158. <https://doi.org/10.14710/j.gauss.v10i1.30022>
- Sarmauli, F., Masitoh, M. R., Adiyanto, Y., & Maulita, D. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Produk Kosmetik Dear Me Beauty Pada Instagram. *Sains Manajemen*, 9(2), 25–40. <https://doi.org/10.30656/sm.v9i2.7898>
- Scarlet, P. (2023). *Kualitas Produk sebagai Anteseden Kepuasan Fungsional dan Kepercayaan dalam Meningkatkan Pembelian Ulang*. 4(01), 25–36.
- Silvia, C., Wilandari, Y., & Hoyyi, A. (2015). Ketepatan Klasifikasi Tingkat Keparahan Korban Kecelakaan Lalu Lintas Menggunakan Metode Regresi Logistik Ordinal Dan Fuzzy K-Nearest Neighbor In Every Class. *Jurnal Gaussian*, 4(3), 441–451. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/gaussian>
- Sinaga, O. S., Putri, D. E., Banjarnahor, A. R., Halim, F., Halim, F., & Sudirman, A. (2020). Mampukah Citra Merek, Fasilitas dan Kepercayaan Meningkatkan Kepuasan Pengunjung Taman Hewan Kota Pematangsiantar. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(2), 151. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i2.1447>

- Siregar, A. H. (2021). Pengaruh Harga, Brand Image Dan Personal Branding Terhadap Keputusan Membeli Unit Rumah Di Kompleks Royal Sumatera. *METHOSIKA: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Methodist*, 4(2), 93–102. <https://doi.org/10.46880/jsika.vol4no2.pp93-102>
- Solehati, A., Mustafa, F., Hendrayani, E., Setyawati, K., Kusnadi, I. H., Suyoto, Y. T., & Tannady, H. (2022). Analisis Pengaruh Store Atmosphere Dan Service Quality Terhadap Brand Preference (Studi Kasus Pelanggan Gerai Ritel Kopi Di Dki Jakarta). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 5146–5147.
- Suasapha, A. H. (2020). Skala Likert Untuk Penelitian Pariwisata; Beberapa Catatan Untuk Menyusunnya Dengan Baik. *Jurnal Kepariwisata*, 19(1), 26–37. <https://doi.org/10.52352/jpar.v19i1.407>
- Sudirman, A., Halim, F., & Pinem, R. J. (2020). Kepercayaan Sebagai Pemeditasi Dampak Citra Merek dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 66. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.4822>
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kualitatif (Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif). *CV. Alfabeta*, 1–274. <http://belajarsikologi.com/metode-penelitian-kualitatif/>
- Sulistio, A., Santoso, T., & Wijaya, S. (2021). Pengaruh Autentisitas Merek Terhadap Komitmen Merek Dengan Kepribadian Merek Dan Kepercayaan Pelanggan Pada Produk Apple Sebagai Variabel Mediasi. *Scientific Repository*, 11(2), 1–21.
- Sumaryanto, Widajanti, E., & Susanti, N. I. (2022). Excellent : Jurnal Manajemen. *Bisnis Dan Pendidikan*, 9(1), 93–110. <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/excellent>
- Susanti, R. (2019). Sampling Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 16, 187–208. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.543>
- Teruna, D., & Ardiansyah, T. (2022). Analisis Penjualan Produk online UMKM melalui Marketplace dan E-Commerce ... Analisis Penjualan Produk online UMKM melalui Marketplace dan E-Commerce dengan pendekatan Binary

- Logistic Regression-SA 4.0 license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>). *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(1), 2022–2204.
- Ulya Putra Kazurna, & Arie Yulfa. (2023). Analisis Pengaruh Zona Bahaya Tsunami Terhadap Nilai Tanah di Kota Padang. *Civil Engineering Collaboration*, 8, 7–14. <https://doi.org/10.35134/jcivil.v8i2.66>
- Valentina, A. N., & Habib, M. A. (2023). Pengaruh Content Marketing, Influencer dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Media Sosial Tiktok. *E-Journal Riset Manajemen*, 12(2), 590–601.
- Wadi, M. H., Fadhilah, M., & Hutami, L. T. H. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Specs (Studi Kasus Pada Konsumen Sepatu Specs Di Kota Lombok Timur). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(1), 172. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.223>
- Wandha, M., Permata, R., Niaga, A., & Malang, P. N. (2024). *PENGARUH KEMASAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK CAMILLE BEAUTY (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Administrasi Niaga Program Studi D-IV Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Malang)*. 5(11).
- Werdaningrum, A. G., & Ardiyanto, F. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Hambatan Beralih Dan Kepercayaan Merek Terhadap Retensi Pelanggan Wardah Kosmetik Di Kabupaten Klaten. *Akmenika: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 17(2), 394–402. <https://doi.org/10.31316/akmenika.v17i2.1035>
- Werdayanti, A. (2023). Pengaruh Viral Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Camille Beauty. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Vol 2 No.2 Juli, Tahun 2008*, 8(3), 595–605.
- Wibowo, A. S. (2021). Pengaruh Pengembangan Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Pegawai Di Lembaga Pemasarakatan Kelas Ii a Purwokerto. *Journal of Management Review*, 5(3), 655–663. <http://jurnal.unigal.ac.id/index.php/managementreview>

- Widianti, W. (2022). Pengaruh Citra Merek, Komunikasi Merek, Kepuasan Dan Pengalaman Merek Terhadap Loyalitas Merek Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Merek. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 6(1), 803–828. <http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/1954>
- Yoesmanam, I. C. (2018). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Persepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Kosmetik Organik. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 7(2), 134. <https://doi.org/10.26740/bisma.v7n2.p134-142>
- Yuliana, R., & Pantawis, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Green Marketing Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Skincare di Kota Semarang. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 4(1), 79–86. <https://doi.org/10.35829/econbank.v4i1.164>
- Zaki, M., & Saiman, S. (2021). Kajian tentang Perumusan Hipotesis Statistik Dalam Pengujian Hipotesis Penelitian. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(2), 115–118. <https://doi.org/10.54371/jiip.v4i2.216>