

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., dan L. A. Biel. 2020. *BRAND EQUITY & ADVERTISING Advertesting's Role in Building Strong Brands* (Psychology Press (ed.)). Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers.
- Alma, B. 2012. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa* (Empat Bela). Alfabeta.
- Angipora, M. P. 2015. *Dasar-dasar pemasaran* (Kedua). RajaGrafindo Persada. <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=7919>
- Anugrah, Y. M. 2019. Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Lenovo Di Ack Lenovo Store Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7(2).
- Ansori, P. B. 2020. Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cv. Zafira Teknik Pekanbaru. *Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 11(1), 11-19.
- Arianty, N., D. Andriany., dan H. Jasin. 2015. *Manajemen Pemasaran*, Medan: Perdana Publishing.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi 2010)* (14th ed.). PT Rineka Cipta.
- Chrisjunian, C., Gultom, R., dan H. W. T. Lubis. 2023. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Pada Konsumen Maximart Thamrin Plaza Medan. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 13(1), 33–43. <https://doi.org/10.55601/jwem.v13i1.948>
- Dharma, N. P., dan G. P. I. Sukaatmadja. 2015. PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK APPLE. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(10), 3228–3255.
- Dodds, W. B., B. K. Monroe., dan D. Grewal. 1991. Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers' Product Evaluations. *Journal of Marketing Research*, 28(3), 307. <https://doi.org/10.2307/3172866>
- Firmansyah, A. 2019. Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Staregy). *Manajemen Pemasaran*, 141.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi kedelapan. Badan Penerbit UNDIP. Semarang
- _____. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi sembilan. Universitas Diponegoro.
- Handayani, K. R., dan R. Susanti. 2024. Pengaruh Persepsi Kualitas Produk , Citra Merek dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Skintific. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 3(3).
- Hidayat, A. R. 2023. *Pengaruh Promosi, Citra Merek, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Garuda Indonesia*.

- Imelda, W. M., dan D. R. Prihastuty. 2024. ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE AZARINE PADA MAHASISWI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 3(10).
- Indrasari, M. 2019. Pemasaran dan Kepuasan pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Keller, K. L., dan V. Swaminathan. 2020. *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity (Fifth Edition)*. Pearson Education
- Kevin, D., & Carsana, Y. 2020. Pengaruh Promosi, Persepsi Harga Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Di Pt.Arista Sukses Abadi Tanjung Pinang. *Jurnal Manajerial Dan Bisnis Tanjungpinang*, 3(1), 1–13.
- Kotler, P., dan G. Armstrong. 2014. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Terjemahan Bob Sebran. Jakarta: Erlangga
- _____. 2018. Principles of Marketing. In *Global Edition*. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>
- Kotler, P., dan L. K. Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- _____. 2016. Marketing Management. In *Boletin cultural e informativo Consejo General de Colegios Medicos de España* (Vol. 22).
- Lamb, C. W., F. J. Hair., dan C. McDaniel. 2019. *Marketing*. Canada: Nelson Education
- Laoli, Y., dan S. Hasan. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Di Kota Bangkinang. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 2(1), 50–59.
- Maiza, F., A. Sutardjo., dan R. Hadya. 2022. PENGARUH KUALITAS DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO NAZURAH HIJAB DI KUBANG TUNGKEK KABUPATEN LIMA PULUH KOTA. *Jurnal Matua*, 9(2), 356–363.
- Meithiana Indrasari. 2019. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan (Pertama). Unitomo Press.
- Nabila, S. C. 2024. *Skintific Menempati Posisi Pertama Penjualan Paket Kecantikan di Q1 2024 dengan Nilai Penjualan Lebih dari Rp 70 Miliar!* Kompas.Co.Id <https://kompas.co.id/article/market-insight-pakekecantikan-skintific/>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. a, & Berry, L. L. 1988. SERQUAL: A Multiple-Item scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. In *Journal of Retailing* (Vol. 64). [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00084-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00084-3)
- Priansa, J. D. 2017. Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta
- Riza Andrian Septian, dan Sita Deliyana Firmialy. 2023. Pengaruh Citra Merek Dan Ulasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Skintific. *Jurnal Ekuilnomi*, 5(2), 425–432. <https://doi.org/10.36985/ekuilnomi.v5i2.759>

- Prasetyo, D. 2019. Citra Merek, Promosi, dan Persepsi Harga: Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 15(4), 200-215.
- Sangadji, E. M., dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen* (N. WK (ed.); 1st ed.). C.V ANDI OFFSET (Penerbit ANDI).
- Schiffman, L., dan L. L. Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen* (Warnida (ed.); Ketujuh). Indeks.
- Sudana, I. M., dan R. H. Setianto. 2018. *Metode Penelitian Bisnis dan Analisis Data dengan SPSS*. Erlangga. Jakarta.
- Sudirman, M. 2023. Strategi Pemasaran. In *Makalah Ilmiah Ekonomika* (Vol. 14, Issue 3).
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi, A. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Syahrum, dan Salim. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (R. Ananda (ed.)). Citapustaka Media.
- Tjiptono, F. 2001. *Strategi Pemasaran* (Pertama). Andi Offset.
- _____. 2011. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta.
- _____. 2012. *Strategi Pemasaran* (Ketiga). Andi Offset.
- Umma, N., dan R. Nabila. 2023. Pengaruh Online Customer Review, Citra Merek dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Marketplace Shopee Generasi Z). *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 10(1), 30–47. _