

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, R. I., Ginting, P. T. K., Nabila, A., Mardalena, P., & Natasya, E. S. (2025). Pengaruh Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Daviena Skincare Di Kota Palembang. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 3, 40–53.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado the Influence of Brand Image, Promotion and Service Quality on Consumer Purchase Decisions on Tokopedia E-Commerce in Manado. *663 Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674.
- Asmoro, A. K., & Nuvriasari, A. (2022). Kajian Minat Beli Ulang Secara Online Pada Genarasi Z Dengan Perceived Risk, Kepercayaan, Dan Gaya Hidup Sebagai Variabel Anteseden. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(04). <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i04.1312>
- Azizah, A. D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Skincare MS Glow Di Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Manajemen Dinamis*, 1(1), 17–26. <https://doi.org/10.59330/jmd.v1i1.8>
- Azizah, S. N., & Hadi, S. S. (2020). Pengaruh Cita Rasa dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Keputusan Pembelian sebagai Intervening Variabel pada Produk KFC Arion Mall. *Jurnal STIE Indonesia*, 1–28.
- Darwin, M., & Umam, K. (2020). Analisis Indirect Effect pada Structural Equation Modeling. *Nucleus*, 1(2), 50–57. <https://doi.org/10.37010/nuc.v1i2.160>
- Fauzi, C. B., Mandey, S. L., & Rotinsulu, J. J. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing di Coffee Shop Pulang Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 51. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.39392>
- Firjatullah, T. S., Febrianti, L. V. N., Putri, S. N. P., Wainggai, D. H. M. L., & Nurcahyo, F. S. A. (2023). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Secara Online Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Lingkungan Mahasiswi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(1), 36–42. <https://doi.org/10.26740/jptn.v11n1.p36-42>
- Ginting, F. R. (2022). Pengaruh Kemasan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening (Studi kasus pada toko WN kosmetik Medan). *Universitas Medan Area*, 1–43.
- Goeliling, A., Devi, N. N., Goeliling, A., Sahabuddin, R., Arimbawa, A. P., Rahman, F. A., Muhammad, A. F., Makassar, U. N., Sahid, P., Tinggi, S.,

- Ekonomi, I., Dharma, T., & Makassar, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific. *Seminar Nasional Teknologi Dan Multidisiplin Ilmu (SEMNASTEKMU)*, 3(2), 49–61. <https://doi.org/10.51903/semnastekmu.v3i2.225>
- Handayani. (2020). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional, dan Motivasi kerja terhadap Kinerja pegawai. *Suparyanto Dan Rosad (2015)*, 5(3), 248–253.
- Hartawan, A., Mafra, N. U., & Heryati. (2021). Pengaruh Budaya Kerja dan Kemampuan Terhadap Komitmen Pegawai Dinas Kesehatan Kabupaten Empat Lawang. *Jurnal Manajemen Dan Investasi (MANIVESTASI)*, 3(2), 146–155. <https://doi.org/10.31851/jmaninvestasi.v3i2.7376>
- Husen, A. (2023). Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Campaign Di Toko Mebel Sakinah Karawang. *Jurnal Economina*, 2(6), 1356–1362. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i6.608>
- Indah Yani, M., & Sugiyanto, S. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Edwin Jeans Indonesia Pada E-Commerce Shopee. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 443–472. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.285>
- Janah, U., & Ariyanti, O. (2024). Manajemen Pemasaran Ekonomi Kreatif Untuk Meningkatkan Pendapatan Produk UMKM Singkong Jelaku. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Keuangan Bisnis Digital*, 3(1), 11–18. <https://doi.org/10.58222/jemakbd.v3i1.823>
- Kalodata. (2024). Product Detail – Daviena Skincare di tahun 2024. Kalodata. Retrieved From: <https://www.kalodata.com/shop/detail?id=7495810740642613276&language=en-US¤cy=IDR®ion=ID&dateRange=%5B%222025-06-29%22%2C%222025-07-28%22%5D&cateValue=%5B%5D>. Nov 30, 2024. (diakses pada tanggal 20 Juli 2025, Pukul 19.00 WIB)
- Karsono, K., Purwanto, P., & Salman, A. M. Bin. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 869–880. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2649>
- Katadata. (2024). Ini media sosial paling banyak digunakan di Indonesia awal 2024. In Databoks Katadata. Retrieved from: <https://databoks.katadata.co.id/teknologitelekomunikasi/statistik/66ea436ab12f2/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>. Dec 29, 2024 (diakses pada tanggal 29 Desember 2024, Pukul 10.00 WIB)
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2024). Hasilkan produk berdaya saing global, industri kosmetik nasional mampu tembus pasar ekspor dan turut mendukung penguatan blue economy Retrieved from: <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar->

ekspor-dan-turut-mendukung-penguatan-blue-economy. Dec 30, 2024. (diakses pada tanggal 30 Desember 2024, Pukul 19.00 WIB)

- Khoirudin, I. R., & Giyartiningrum, E. (2021). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Di Diy. *Journal Competency of Business*, 5(1), 1–9. <https://doi.org/10.47200/jcob.v5i1.870>
- Kompas.com. (2023). Tren produk kecantikan Gen Z di tahun 2024, seperti apa? In Kompas.com. Retrieved from: <https://lifestyle.kompas.com/read/2023/12/19/065006620/tren-produk-kecantikan-gen-z-di-tahun-2024-seperti-apa?page=all>. Dec 30, 2024. (diakses pada tanggal 30 Desember 2024, Pukul 19.30 WIB).
- Kompas.com. (2024). Industri kosmetik nasional tumbuh fenomenal, pemerintah dorong hasilkan produk berdaya asing global. In Money.Kompas.com. Retrieved from <https://money.kompas.com/read/2024/02/20/211327326/industri-kosmetik-nasional-tumbuh-fenomenal-pemerintah-dorong-hasilkan-produk>. Dec 30, 2024. (diakses pada tanggal 30 Desember 2024, Pukul 19.30 WIB)
- Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524>
- Mardatillah, M. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pada NAEM 555 CUCIAN. *Madani Accounting and Management Journal*, 7(2), 36–63. <https://doi.org/10.51882/jamm.v7i2.38>
- Muhrim, N. (2024). *Kepuasan Konsumen Hotel Sumber Asia*. 1, 24–39.
- Nisa, M., Sudarno, S., & Sugito, S. (2021). Moderating Structural Equation Modeling Dengan Partial Least Square Pada Pemodelan Penerimaan Dan Penggunaan Dompot Digital Di Kota Semarang. *Jurnal Gaussian*, 10(1), 66–75. <https://doi.org/10.14710/j.gauss.v10i1.30044>
- Nugraha, H. S. (2022). Kajian Intensi Mahasiswa Bidang Bisnis Di Kota Semarang Untuk Menjadi Wirausaha. *Business UHO: Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2), 261. <https://doi.org/10.52423/bujab.v7i2.28382>
- Nurhasna, F. N., Dewi, R. S., & Purbawati, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 750–757. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.36078>
- Nurhayati, S. (2022). Pengaruh Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Membeli Konsumen di Pasar Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang. *Jurnam Manajemen*, 6(2), 620–630.

- Nurliyanti, N., Anestesia Arnis Susanti, & Baruna Hadibrata. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Manajement). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(2), 224–232. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2.982>
- Nusrang, M., Fahmuddin, M., & Hafid, H. (2023). Penerapan Metode Structural Equation Modelling-Partial Least Squares (Sem-Pls) Dalam Mengevaluasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pdrb Di Indonesia. *Seminar Nasional Dies Natalis 62, 1*, 543–548. <https://doi.org/10.59562/semnasdies.v1i1.1088>
- Oktavia, V. D., Sarsono, S., & Marwati, F. S. (2022). Loyalitas Pelanggan Ditinjau Dari Pelayanan, Kepuasan Dan Kepercayaan Pada Cv Cipta Kimia Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(1), 540. <https://doi.org/10.29040/jie.v6i1.4656>
- Oktaviani, R., Imelda, K., Gustiyanti, F., Sukardi, Herawati, T., Saksana, J. C., & Hiadyatullah, S. (2021). Analisis faktor penentu laba dalam perhitungan harga pokok penjualan di restoran kembang goela, pt nusantara boga abadi, jakarta selatan. *Stieganesha.Ac.Id*, 1(2), 111–126.
- Prawiyogi, A. G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>
- Prihatiningtyas, S., Fahimah, M., & Wulandari, K. (2021). REBRANDING PRODUK SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KUALITAS PRODUKSI JAMU DI DESA MOJOKAMBANG JOMBANG. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1–6.
- Putra, Y., Santoso, P. Y., & Adhypoetro, R. R. (2021). Branding Produk Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Cyber PR*, 1(1), 11–21. <https://doi.org/10.32509/cyberpr.v1i1.1415>
- Putri, T. Y., Anggraini, T., & Rahmat Daim, H. (2023). Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 11P Pada UMKM Tenis (Teh Nikmat Sidamanik). *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1), 37–48. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6\(1\).12915](https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6(1).12915)
- Rahmawati, N., & Hasan, I. (2023). Pengaruh Brand Trust dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Azarine yang Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1), 207–220. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6\(1\).12922](https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6(1).12922)
- Rahmayanti, E., Jamil, T. M., Syahril, A., & Jaya, F. (2023). STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA QORI STORE KECAMATAN INGIN JAYA KABUPATEN ACEH BESAR. 6(1). <http://jim.unsyiah.ac.id/pendidikan-ekonomi/index>
- Raihan, M. F., Prahiawan, W., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Sultan, U., & Tirtayasa, A. (2024). *The Influence Of Non-Physical Work Environment And Emotional Intelligence On Performance Assessment (Case Study At A-*

Acreditation School In Cakung District) Emosional Terhadap Standar Penilaian Kinerja Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening. 7. <https://www.researchgate.net/publication/383853227>

- 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>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. *Handbook of Market Research*, 587–632. https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15
- 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>
- Septiano, R. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Mahasiswa S1 Akuntansi Padang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(9), 3097–3106.
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download/4054/2644>
- Setiani, T., & Andini, R. A. Q. (2023). Pengaruh Rasio Solvabilitas dan Rasio Aktivitas Perusahaan Terhadap Rasio Profitabilitas Perusahaan Pada Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023. *Jurnal Akuntansi*, 18(02), 68–81. <https://doi.org/10.58457/akuntansi.v18i02.3448>
- Setyaningsih, F. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 221–230. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4233>
- Sitorus, P. H., & Putra, I. U. (2024). *Marketing Strategy Based On Event Marketing And Sponsorship To Increase The Number Of Cimory Milk Product Customers Strategi Pemasaran Berbasis Event Marketing Dan Sponsorship Untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan Produk Susu Cimory*. 4(1), 47–58.
- Sudarwati, Surya, I., & Susanto, R. (2023). Pengaruh Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Keputusan Pembelian. *Edunomika*, 07(02), 1–6.
- Suryawardana, E., Valenia Putri, F., Rizkiana, C., & Satya Indriyanti, I. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Gaia Shop. *Edunomika*, 08(Table 10), 4–6.

- Suwarsa, T., & Hasibuan, A. R. (2021). Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020. *Jurnal Akuntansi*, 51(1), 1–15.
- Syafitri, D. E. (2024). Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran pada Bisnis Agrowisata (Studi Kasus CV. Empang Emak Niyah). 1(2), 191–219.
- Tendatio, J., Siagian, H., & Lubis, T. W. H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi dan Customer Experience terhadap Loyalitas Pengguna ShopeeFood. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 13(1), 19–32. <https://doi.org/10.55601/jwem.v13i1.947>
- TikTok Shop Compass. (2024). Market Analysis. In TikTok Shop. Retrieved from: <https://shop.tiktok.com/streamer/compass/market-analysis/view>. May 8, 2025. (diakses pada tanggal 08 mei 2025).
- Utarsih, H., Rezana, I., & Anjani, I. (2020). Pengaruh Brand Trust Dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Pada Produk Sabun Mandi Cair Lifebuoy Di Bandung. *Jurnal Indonesia Membangun*, 19(2), 115–129.
- Walangitan, B. Y., Dotulong, L. O. H., & Poluan, J. G. (2022). Pengaruh Diskon Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Transportasi Online (Studi Pada Konsumen Maxim Di Kota Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 511–521.
- Wongkar, K., Lumanauw, B., & Kawet, R. C. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Food Quality Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kokumi Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 431–441. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.49014>
- Yahya, M. Z., & Sukandi, P. (2023). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pengguna Marketplace Shopee Masyarakat Kota Bandung). *Jurnal Bisnis, Manajemen & Ekonomi*, 20(1), 623–635. <https://doi.org/10.33197/jbme.vol20.iss1.2022.1057>