

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, K. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Anam, M., Nadila, D., Anindita, T., & Rosia, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand Body Lotion Merek Citra. 2641-3259.
- Arinawati, E., & Suryadi, B. (2021). *Penataan Produk SMK/MAK Kelas XI*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Arman, D. (2022). *Introduksi Manajemen Pemasaran*. Pagar Alam: LD. Media.
- Bancin, J. B. (2021). *Citra Merek dan Word Of Mouth (Perannya dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Chalil, R. D. (2021). *Brand Islamic Branding & Rebanding*. Depok: Pt. Raja Grafindo Persada.
- Compas.com. (2022, April). *Compas.com*. From 10 Brand Skincare Lokal Terlaris Di Indonesia: <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>
- D. P. (2021). *Pemasaran Jasa Parawisata (Dilengkapi dengan Model Penelitian Pariwisata Gedung Heritage di Bandung Raya*. Yogyakarta: Deepublish.
- D. S., Mamang, E., & Sangadji. (2017). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta.
- Danang, & Sunyoto. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: PT. Buku Seru.
- E. M., Surti Zahra, & Tabrani, M. B. (2021). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian bedak marcks di apotek kimia farma Ayip Usman Kota Serang. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*.
- Fitratin, Merduani, B., & Rianti. (2021). Pengaruh Iklan Media Televisi Dan Citra Merek Dalam Mempengaruhi Keputusan Pemblian Pasta Gigi Pepsodent. *Jurnal Bisnis Gemah Ripah*.
- Ghozali, H. I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. PT. Inovasi Pratama Internasional.
- H. W., & Hadion. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Koto Baru: Insan Cendikia Mandiri.
- I. G. (2016). *Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos 21.6*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ichsannudin, D., & Purnomo, H. (2021). *Monograf Analiss Gaya Hedonis, status Sosial, Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek*. Bandung : Media Sains Indonesia.

- id.weatherspark.com. (n.d.). *Iklm dan Cuaca Rata-rata Sepanjang Tahun di Kota Medan Indonesia*. From id.weatherspark.com:
<https://id.weatherspark.com/y/112741/Cuaca-Rata-rata-pada-bulan-in-Kota-Medan-Indonesia-Sepanjang-Tahun>
- Kaawon, N. Y., Tawas, H. N., & Kawet, R. C. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga Dan Strategi Promosi Terhadap keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Produk Minimal Ladis di Matahari Megamall Manado). *Jurnal EMBA*, 510-520.
- Kompas.com. (2021, Oktober 16). *Brand Skincare Scarlett Gandeng Girlband Twice jadi star ambassador*. From Kompas.com:
<https://lifestyle.kompas.com/read/2021/10/16/152300420/brand-skincare-scarlett-gandeng-girlband-twice-jadi-star-ambassador?page=all>
- Kompas.com. (2021, Mei 11). *Kesadaran Merawat Kulit Dimulai Sejak Usia Muda*. From Kompas.com:
<https://lifestyle.kompas.com/read/2021/05/11/155659820/kesadaran-merawat-kulit-dimulai-sejak-usia-muda?page=all>
- Konjongnian, A., Tumbel, T., & W. O. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.id. *Jurnal Studi Administrasi*, 2723-0112.
- Kotler, & Amstrong. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall*. Ingris: Pearson Education.
- Kotler, & G. A. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2012). *Marketing Management, 14th. Person Education*. Person Education.
- Kotler, P., & G. A. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Vol. 12 No.1*.
- Linardo, M. (2018). Manajemen Pemasaran. *Cikuda News*.
- Listighfaroh, M. I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cair Viera White Shower Cream Di Surabaya. *Jurnal Fakultas Bisnis dan Ekonomi*, 1-17.
- M. I. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Merduani, B, Rianti, & Fitritin. (2021). Pengaruh Iklan Media Televisi dan Citra Merek Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent. *Jurnal Bisnis Gemah Ripah*.
- Mujib, F., & Saptiningsih, T. (2021). *School Branding (Strategi di Era Disruptif)*. Jakarta Timur: Bumi Aksasra.

- Muna, N., Yasa, N. N., Ekawati, N. W., & Wibawa, I. A. (2022). *Kinerja Bisnis : Berdasarkan Perspektif Kualitas Jejaring Bisnis, Inovasi Produk dan Adopsi Media Sosial, Konsep dan Aplikasi Penelitian*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Musafar, T. F. (2020). *Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia .
- Muslihah, N., Fahmi, I., Maulidiana, A. R., & Habibie, I. Y. (2021). *Prinsip dan Aplikasi metodologi Penelitian Gizi*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, Prisikila, R., & Adidyana Anugrah Putra, P. B. (2019). Pengembangan Aplikasi Kuesioner Survey Berbasis Web menggunakan Skala Likert dan Guttman. *Jurnal Sains dan Informatika*.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung : Pustaka Setia.
- Putri, & D. B. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Ramdani, F. (2019). *Kuriositas : Metode Ilmiah Penilaian Teknologi Informasi*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- RIyanto, S., & Putera, R. (2019). *Metode Riset Penelitian Kesehatan & Sains*. Yogyakarta: Deepublish.
- S. R., Rosmanely, & Nurliyah. (2022). *Citra Merek (Brand Image) dan Keputusan Pasien memilih pelayanan kesehatan*. Palu: CV. Feniks Muda Sejahtera.
- Sa'adah, L. (2021). *Statistik Inferensial LPPm* . Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Setyawati, A., Faradilla, C., Vidyanata, D., Sapinah, T. A., Anggraini, N., & Rosharita. (2023). *Pengantar Manajemen Pemasaran Kontemporer*. Bandung : Media Sains Indonesia.
- Siregar, S. (2017). *Metode Pemilihan Kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & spss*. Jakarta: Prenada Media.
- Sisca, S., Simanjuntak, M., Sudarso, A., Grace, E., Sahir, S. H., Putri, D. M., & Muliatie, Y. E. (2021). *Pemasaran Dasar Dan Konsep*. Yayasan Kita Menulis.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* . Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Srihadi, H, R., & M, P. (2021). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Body Mist The Body Shop Bandung.
- Sudarsono, & Heri. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jawa Timur: Pustaka.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supardi, S., & Surahman. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta Timur : CV. Trans Info Media .
- Thomson. (2013). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Warung ucok durian*. Medan.
- Tingga , C. P., Geno, Z. A., Rizkia, N. D., Irmal, R. F., U. D., & Satmoko, N. D. (2022). *Manajemen Merek*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Valensia, S., & Vivi, V. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Body Lotion di Pontianak. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9.
- Wardani, D. K. (2020). *Pengujian Hipotesis*. Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Y. A. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Padang Sidempuan: Pt. Inovasi Pertama Internasional.
- Yuliyanto, N. A., Maskam, M., & Utaminingsih, A. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Malang: UPT Percetakan dan Penerbitan Polinema.



UNIVERSITAS
MIKROSKIL