

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggita, E. D., Hoyyi, A., & Rusgiyono, A. (2019). Analisis Structural Equation Modelling Pendekatan Partial Least Square Dan Pengelompokan Dengan Finite Mixture Pls (Fimix-Pls). *Jurnal Gaussian*, 8(1), 35–45.
- Anggraeni, H., & Rachmi, A. (2023). Pengaruh Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Pada Toko Trend Hijab Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), 8–13. <https://doi.org/10.33795/jab.v9i1.570>
- Anwar, R., Rohaeni, H., & Maulia, I. R. (2023). Pengaruh Iklan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Penjualan Melalui Marketplace Laptop Axioo.
- Asari, A., Zulkarnaini, Hartati, Anam, A. C., & Suparto. (2023). *Pengantar Statistika*.
- Azhar, Syamsul. (2023). Pendapatan Industri Kecantikan dan Perawatan Pribadi Indonesia Capai US\$8,09 Miliar. Diakses pada 18 Maret 2024, dari <https://tinyurl.com/yc85u7kz>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. (2024). Jumlah Penduduk Provinsi Jawa Timur. Diakses pada 18 Maret 2024, dari <https://kedirikota.bps.go.id/indicator/12/358/1/jumlah-penduduk-provinsi-jawa-timur.htm>
- Darmawan, A. T., & Setiawan, M. B. (2024). Pengaruh Influencer Marketing, Electronic Word of Mouth dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembelian Produk Erigo Di Kota Semarang). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 7(1), 778–790.
- Ebrahim, R. S. (2020). The Role of Trust in Understanding the Impact of Social Media Marketing on Brand Equity and Brand Loyalty. *Journal of Relationship Marketing*, 19(4), 287–308. <https://doi.org/10.1080/15332667.2019.1705742>
- Elliyana, E., Lidiana, Agustina, T. S., & Sedyoningsih, Y. (2022). *Dasar-dasar Pemasaran*.
- Febrianty, E., Pudjoprastyono, H., & Ariescy, R. R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone: Studi Pada Mahasiswa Angkatan 2019 Feb UPN

- ”Veteran” Jawa Timur. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6, 2870–2881. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4227>
- Galang, A., Manggabarani, A. S., & Handayani, T. (2020). Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Milenial Pada Provider Smartphone (Studi Pada Pengguna Provider Simpati). *Prosiding Biema*, 1(1), 714–726.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., & Utami, E. F. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.
- Harinie, L. T., Triyono, A., Saputri, M. E., & Hanafiah, H. (2023). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*.
- Herviani, V., Hadi, P., & Nobelson. (2020). Analisis Pengaruh Brand Trust, E-WOM, dan Social Media Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pixy. *Prosiding Biema*, 1, 1351–1363.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*.
- Kementerian Ekonomi Republik Indonesia. (2024). Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy. Diakses pada 18 Maret 2024 dari <https://tinyurl.com/nwv2mun2>
- Kwon, J. H., Jung, S. H., Choi, H. J., & Kim, J. (2020). Antecedent factors that affect restaurant brand trust and brand loyalty: focusing on US and Korean consumers. *Journal of Product and Brand Management*, 30(7), 990–1015. <https://doi.org/10.1108/JPBM-02-2020-2763>
- Maia, D., Rahayu, A. P. S., & Hidayat, S. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Produk Skintific Di Kalangan Milenial. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa (JIKMA)*, 2(2), 48–60.
- Marham, M., Arief, M. Y., & Soeliha, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Cantika Panji Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(3), 543. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i3.3269>
- Maulidah, H. R., & Andriana, A. N. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek ,

- Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 5(2), 416–424. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v5i2.4481>
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang)*. 3.
- Nur, F. S., Lailly, D. W., & Wirdayanti, S. (2024). Analisis Pengaruh Social Media Marketing, Influencer Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: Konsumen Durian di King Goval Farm, Gresik). *Jurnal Agri Sains, Vol.8, No.*
- Pakan, E. D., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Beauty Influencer Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Facial Wash Garnier Di Surabaya. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(3), 764–772.
- Permatasari, D., & Pudjoprastyono, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Club. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 1107–1117. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4119>
- Qalbi, B. N., Idris, A. A., & Haeruddin, M. I. W. (2024). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Platform Tiktok Shop ( Survei pada Mahasiswa Universitas Negeri Makassar Angkatan 2020-2023 ). *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 3(2), 406–417.
- Rahadi, D. R. (2023). *Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model (PLS-SEM) 2023* (Issue August).
- Rucci, J., & Mariah. (2022). Pengaruh Social Media Marketing , Harga dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada TSB . Encore). *KALBISIANA : Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis*, 8(4), 4337–4351.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran. In *CV SAH MEDIA, Makassar* (Vol. 3).

- Selvia, D., & Deliana, Y. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik Di Warung 1000 Kebun Bandung. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(2), 1476. <https://doi.org/10.25157/ma.v8i2.8044>
- Setiyadi, I. N., Alamsyah, A. R., & Rachmawati, I. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Social Media Marketing, E-WOM dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Skincare Alzena di Kabupaten Pati. 8(July), 122–136.
- Shakti, N. W., Mahmud, Panjaitan, R., & Purusa, N. A. (2024). Pengaruh Kualitas , Presepsi Harga , Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk The Executive Di Kota Semarang Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. 13(2), 470–483.
- Silalahi, P. R., Sani, S. A., Alkahfi, M. A., & Monica, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Sistem Online Trading Berbasis Syari ' ah : Studi Kasus Pada PT . Phintraco Sekuritas Cabang Medan. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(4), 1623–1637.
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., & Putri, S. E. (2022). *Brand Marketing: The Art of Branding*.
- Sucita, I. K. O., & Yulianthini, N. N. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Word of Mouth dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Dana Iswara Dulang. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 29–37. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v5i1.49918>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Taan, H., Radji, D. L., Rasjid, H., & Indriyani. (2021). Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image. *Journal of Management & Business*, 4(1), 315–330. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i1.1268>
- Yulistria, R., Handayani, E. P., Susilowati, I. H., & Aulia, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Mitra Bangun Perwira. *Jurnal Swabumi*, 11(1), 13–22.