

DAFTAR PUSTAKA

- Fauziah, Y., Dwikotjo Sri Sumantyo, F., & Ali, H. (2023). Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 48–64. <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1.118>
- Fikri, A., & Pudjoprastyono, H. (2023). *The Influence of Price Perception and Product Quality Perception on Indomie Purchasing Decisions in Surabaya*. 2(2), 2961–712. <https://doi.org/10.55299/ijec.v2i2.595>
- Kontan.co.id. (n.d.). Pasar produk perawatan kulit punya potensi berkembang. Kontan.Co.Id.<https://amp-kontancoid.cdn.ampproject.org/v/s/amp.kontan.co.id/news/pasar-produk-perawatan-kulit-punya-potensi-berkembang?>
- Mediaindonesia.com. (n.d.). Indonesia, pasar potensial untuk produk perawatan kulit. Mediaindonesia.Com. <https://m.mediaindonesia.com/humaniora/263774/indonesia-pasar-potensial-untuk-produk-perawatan-kulitRuth>,
- Khoirunnisa, S., Syarief, N., & Supriadi, Y. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Nivea. *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management*, 2(1), 240–259. <https://doi.org/10.53363/buss.v2i1.90>
- Muslim, M., Mubarak, R. R., & Wijaya, N. H. S. (2020). The effect of brand image, brand trust and reference group on the buying decision of sneakers. *International Journal of Financial, Accounting, and Management*, 1(2), 105–118. <https://doi.org/10.35912/ijfam.v1i2.170>

- Prabowo, R. E., Indriyaningrum, K., & Setyani, A. D. (2020). PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAH RAGA MEREK ADIDAS (Studi di Kota Semarang). *Solusi*, 18(4). <https://doi.org/10.26623/slsi.v18i4.2846>
- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.461>
- Robi'ah, D. W., & Nopiana, M. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin. *YUME: Journal of Management*, 5(1), 433–441. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.235>
- Rosa Indah, D., Afalia, I., & Maulida, Z. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Vaseline (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 83–94. <https://doi.org/10.33059/jseb.v11i1.1983>
- Syahrazad, I. F. and Hanifa, F. H. (2019) 'Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop (Studi Kasus pada mahasiswa Universitas Telkom)', 5(1), pp. 65–73.
- Tjiptono, F. (2015) Strategi Pemasaran. 4th edn. Yogyakarta: Andi. Winarno, S. heri (2019) 'Pengaruh Penerapan Green Advertising Dan Harga Premium Terhadap Keputusan Pembelian', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*. doi: 10.31849/jieb.v16i1.2204.
- Studies, M., & Journal, E. (2024). *Data Penjualan Skincare Pria 2021 - 2022*. 5(2), 4221–4234.
- Trisia, M., & Zeshasina Rosha. (2022). Pengaruh Green Marketing, Green Trust, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop di Kota Padang. *Universitas Bung Hatta Repository*, 2, 11–19. <http://repo.bunghatta.ac.id/id/eprint/7516%0A>