

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L. & Farida, S. N. (2023). Pengaruh Customers Knowledge, Customers Experience, dan Customers Satisfaction terhadap Repurchase Intention Produk Scarlett Whitening. *SEIKO: Journal of Management & Business*. 6(1). 922 – 930. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.4225>.
- Annur, C.M. (2023). *Survei: Ponds Jadi Merek Sabun Cuci Muka Terpopuler di Indonesia*. Retrieved Juni 5th 2024 from Katadata.co.id.: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/27/survei-ponds-jadi-merek-sabun-cuci-muka-terpopuler-di-indonesia>.
- Fitri, A.A., Haziroh, A.L., Sartika, M., & Wardhani, M. F. (2024). Meningkatkan Keputusan Pembelian Skincare Korea Dengan Pengetahuan Produk Halal. *Economics and Digital Business Review*. 5(1). 273 – 288. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v5i1.985>.
- Ghozali, I. (2023). *Partial Least Square: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 4*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, L. (2023). Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian: Studi pada Industri Makanan dan Minuman di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*. 12(3). 200-215.
- Hidayati, N., & Susanto, A. (2021). Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Industri E-commerce. *Jurnal Manajemen Indonesia*.
- Imbayani, I. G. A., & Gama, A. W. S. (2018). The Influence of Electronic Word of Mouth (E-Wom), Brand Image, Product Knowledge on Purchase Intention. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Jagaditha*, 5(2), 145. <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/jagaditha>.
- Irwansyah, R., dkk. (2021). Perilaku Konsumen. *Bandung: Widina Bhakti Persada (CV. Widina Media Utama)*.
- Johari, M. & Supriyono. (2022). Pengaruh Diferensiasi Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bata: Studi pada Bata Plaza Surabaya. *Al – Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan, & Bisnis Syariah*. 4(3). 745 – 755. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i3.721>.
- Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. F. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS (JAB)*, 8(1), 44-54. <https://doi.org/10.35797/jab.v8.i1.44-54>.

- Khairunnisa, S., Muhlisin, S., & Yono. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk, Religiusitas dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Halal di Kota Bogor. *El – Mal: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*. 4(2). 473 – 491. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i2.1669>
- Khoirunnisa, D. & Albari, A. (2023). The effect of brand image and product knowledge on purchase intentions with e-WOM as a mediator variable. *International Journal of Research in Business and Social Science*. 12(1). 80–89. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i1.2256>.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2023). *Principles of Marketing* (19th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Matondang, Z., Fadlilah, H., & Saefullah, A. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk, Label Halal, dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*. 5(1). 18-38. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v5i1.138.18-38>.
- Mumek, L.I., Areros, W.A., & Walangitan, O.F.C. (2022). Pengaruh Product Knowledge dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Loco Gold di PT Equity World Futures. *Jurnal Productivity*, 3(4), 291-296.
- Nabila, S., & Sari, A. (2022). Pengaruh Citra Merek, Keterlibatan Dan Pengetahuan Produk Terhadap Niat Beli Produk-Produk The Bodyshop Di Bandar Lampung. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. 11(1). 1357 – 1365. <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i1.854>.
- Novizal, G. & Rizal, A. (2020). Pengaruh Product Knowledge Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Konsumen Mobil Wuling Di Dealer Wuling Semarang). *Proceeding SENDI_U*. 633 – 644.
- Nugraha, J. P., dkk. (2021). Teori Perilaku Konsumen. *PT. Nasya Expanding Management*.
- Nurwanto, V., Indayani, L. (2023). Pengaruh Brand Image, Brand Equity, Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Excelso Coffee Suncity Mall Sidoarjo. *Indonesian Journal of Law and Economics Review*. 18(4). <https://doi.org/10.21070/ijler.v18i4.967>.
- Ong, L. (2023). Efek Brand Ambassador Terhadap Keputusan Beli Melalui Media Sosial Pond's. *Journal of Sustainable Community Development (JSCD)*. 5 (2). 215 – 221. <https://doi.org/10.32924/jscd.v5i2.100>.

- Prakosa, Y. B. & Tjahjaningsih, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Lipat Di Kota Semarang. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*. 4(3). 361 – 374. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i3.189>.
- Puspaningrum, S., & Walujo, H. D. (2021). The Influence Of Brand Image And Product Knowledge On Purchase Decisions (Study on Holland Bakery Pandanaran Semarang Consumers). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*. 2(3). 168–173. <https://doi.org/10.53697/emak.v2i3.3>.
- Putra, A. R., & Kurniawan, B. (2022). Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Era Digital. *Jurnal Manajemen Indonesia*.
- Putra, I. A. L., Hasanah, K., Setiawan, H. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Celebrity Endorsement, Brand Image, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Garnier Men Fachial Wash Pada Marketplace Shopee Di Kota Madiun. *SIMBA : Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* 5.
- Putra, Y. (2023). Studi Empiris tentang Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Produk Fashion di Era Digital. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*. 8(1). 77-89.
- Rahmah, R.M. & Supriyono. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah Sariayu. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*. 3(4). 2352 – 2359. <https://doi.org/10.37385/msej.v3i4.744>.
- Rahman, A. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Elektronik di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 123-134.
- Sanita, S., Kusniawati, A., Nurlestari, M. (2019). Pengaruh Product Knowledge Dan Brand Image Terhadap Purchase Intention (Penelitian pada PT. Bahana Cahaya Sejati Ciamis). *Business Management And Entrepreneurship Journal*. 1(3). 169 – 184.
- Sari, D. P., & Prasetya, A. (2022). Studi Kasus Pengetahuan Produk dan Loyalitas Pelanggan di Industri Ritel. *Jurnal Pemasaran Indonesia*.
- Sari, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 10(1). 45-58.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *Bandung : CV Alfabeta*.

- Suparwi & Fitriyani, S. (2020). Pengaruh Product Knowledge, Brand Image, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Top White Coffe Mahasiswa FEBI IAIN Kudus 2016-2017. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*. 8(2). 253 – 272. <http://dx.doi.org/10.21043/bisnis.v8i2.8764>.
- Tjiptodjojo, K.I. (2023). Dampak Pengetahuan Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Konsumen. *JPPI: Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia*. 9(3). 1232 – 1240. <http://dx.doi.org/10.29210/020232737>.
- Top Brand Index. (2023). *Top Brand Index Kategori Perawatan Pribadi Sub Kategori Sabun Pembersih Wajah*. Retrieved 28th May 2024 from Top Brand Award : https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/.
- Ustazah, R. P., Prabowo, R. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Persepsi Harga, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Pembersih Wajah Merek Ponds di Kota Semarang. *SEIKO : Journal of Management & Business*. 6(1). 734 – 741. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.4426>.
- Wicaksono,R.A., Octavia, A.N.,& Aprianto, M.S. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Membeli Indomie Di Semarang. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*. 21(1). 423 – 432. <http://dx.doi.org/10.26623/slsi.v21i1.6064>.