

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy & Jogiyanto Hartono. (2021). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Andrian *et al.* (2021). *Perilaku Konsumen*. Malang: Rena Cipta Mandiri.
- Camelia, N. W. D., & Lestari, D. S. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Richeese Factory di Surabaya*. Soetomo Administrasi Bisnis, 2(1), 125-144.
- Cemara, Nimas. (2023). *Compas Data Market Insight: Makeup Be Gone, Ini Dia Top Brand Makeup Remover yang Menyapu Bersih Penjualan di E-commerce*. <https://compas.co.id/article/brand-makeup-remover/>
- Devila, R., & Hamran, H. (2021). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas, dan Promosi Terhadap Market Share pada PT. Semen Tonasa di Wilayah Pasar Sulawesi Selatan*. Jurnal Pendidikan Tambusai, 5(3), 10423-10428.
- Fadhilah, M., Cahyani, P. D., & Nurjanah, T. (2023, June). *Meningkatkan keputusan pembelian produk kosmetik melalui kepercayaan merek, kualitas produk, dan label halal*. In FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi (Vol. 25, No. 2, pp. 319-328)
- Firmansyah, Anang. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Firmansyah, Anang. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Qiara Media.
- Gunawan, A. A., & Wibowo, A. E. (2022). *Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Restoran Sederhana Di Harbout Bay Batam*. Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen, 9(1), 57-67.
- Hair *et al.* (2019). *Multivariate Data Analysis Eighth Edition*. United Kingdom: Cengage Learning EMEA.
- Hantika, S., Farida, N., & Widiartanto, W. (2023). *Pengaruh Kesadaran Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen melalui Pembelian Ulang (Studi pada Konsumen Produk Merek Wardah di Kota Semarang)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 12(1), 175-183.

- Hastoko, Y. P., & Wati, W. R. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian di Burger King Trans Studio Mall Cibubur*. *Humantech: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(01), 188-203.
- Haudi, H., Handayani, W., Musnaini, M., Suyoto, Y. T., Prasetio, T., Pitaloka, E., Wijoyo, H., Yonata, H., Koho, I. R., & Cahyono, Y. (2022). *The effect of social media marketing on brand trust, brand equity and brand loyalty*. *International Journal of Data and Network Science*, 6(3), 961-972.
- Herviani, V., Hadi, P., & Nobelson, N. (2020). *Analisis Pengaruh Brand Trust, E-WOM, dan Social Media Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Lipstick Pixy*. In *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar) (Vol. 1, pp. 1351-1363)*.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo press.
- Irawan, S. N., & Saputra, F. (2023). *Analysis of The Influence of Brand Image, Halal Label, and Consumer Reviews of Purchase Decisions Wardah Cosmetic Products*. *International Journal of Business, Law, and Education*, 4(2), 534-547.
- Keller, Kevin Lane dan Swaminathan, Vanitha. (2020). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. United States of America: Pearson Education.
- Kotler, Philip., Armstrong, Gary., & Balasubramania, Sridhar. (2024). *Principles of Marketing Nineteenth Edition*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin Lane., & Chernev, Alexander. (2022). *Marketing Management Sixteenth Edition*. United Kingdom: Pearson Education Limited
- Lestari, W. P., Soebiantoro, U., & Amriel, E. E. Y. (2024). *Pengaruh Citra Merek dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian Melalui OFD Gofood: Studi Pada Mahasiswa Manajemen UPN "Veteran" Jawa Timur*. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2774-2789
- Limanseto, Haryo. (2024). *Hasil Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy*. <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>

- Lombok, E. 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), 953-964
- Lotte, Luckhy Natalia Anastasye et al. (2023). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Machali, Imam. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Magfiroh, I., & Rufial, R. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Celebrity Endorsement terhadap Keputusan Pembelian Skincare (produk serum) di PT. AVO Innovation Technology (Avoskin) (Survey pada Mahasiswa FEB UPI YAI)*. IKRAITH-EKONOMIKA, 5(3), 215-224.
- Markethac.id. (2023). *Brand Micellar Water Terlaris di Ecommerce*. <https://www.instagram.com/markethac.id/p/C0iFjAOqs1F/>
- Maulana, Y. S., & Marista, M. (2021). *The Effect of Brand Image and Brand Trust on Oppo Cellphones Purchasing Decisions in Banjar City*. Jurnal Manajemen Bisnis, 8(2), 214-225
- Maulidya, S. A. T., & Supriyono, S. (2023). *The Influence of Celebrity Endorsers, Brand Image, and Brand Trust on Purchasing Decision of Wardah Lightening Serum Ampoule Products in Surabaya*. International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship, 3(2), 377-386
- Maulita, A., Taharuddin., & Hairudinor. (2021). *Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Masker Merek Sensi oleh Pelanggan Di Kota Banjarmasin*. Smart Business Jurnal (SBJ), XX(XX), 2828-4437
- Miswanto, M., Mubarak, R. R., & Wijaya, N. H. S. (2019). *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.
- Nasir, M., Sularso, A., Irawan, B., & Paramu, H. (2020). *Brand trust for creating brand loyalty in automotive products*. International Journal of Management, 11(06), 1237-1250.

- Noor, M. F., & Nurlinda, R. (2021). *Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian smartphome iphone*. In Forum Ilmiah (Vol. 18, No. 2, pp. 150-161).
- Octavia, A. N., Erlinda, D., & Lau, M. P. (2023). *Analisis Citra Merek, Periklanan dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah*. Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA), 2(02), 157-167
- Pansawira, Pittara. (2021). *Manfaat Micellar Water untuk Kulit Wajah*. <https://www.alodokter.com/manfaat-micellar-water-untuk-kulit-wajah>
- 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.
- Prawita, Desy Windi, Wilma Cordelia Izaak, & Supriyono. (2023). *The Influence of Product Difference, Price Determination, and Brand Image on the Purchase Decision of KFC Fast Food (Kentucky Fried Chicken) in Surabaya City*. Indonesian Journal of Business Analytics, 3(4), 1001-1016.
- Premesti, A. D., & Aminah, S. (2023). *Pengaruh Brand Image dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Lazada*. Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ), 4(5), 7640-7647.
- Putra, H. L., & Lusiana, A. (2023). *Pengaruh Desain Produk, Gaya Hidup, Kepercayaan Merek Dan Pengalaman Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda PCX Di Kota Klaten*, 1(2), 92-11
- Ramadhani, Farah. (2021). *Top 10 Brand Makeup Remover Terlaris di Shopee dan Tokopedia: 4 Diantaranya Lokal!*. <https://compas.co.id/article/makeup-remover-terlaris/>.
- Sari, R. M. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Lazada Di Kota Medan*. Balance: Jurnal Akuntansi dan Manajemen, 1(2), 282-291.
- Simanjuntak, P., Pangaribuan, H., & Syastra, M. T. (2021). *Data Mining Rekomendasi Pemakaian Skincare*. MEANS (Media Informasi Analisa dan Sistem), 6(1), 80-83
- Statista Market Insight. (2023). *Skin Care – Indonesia*. <https://www.statista.com/outlook/cmo/beauty-personal-care/skin-care/indonesia>

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Top Brand Award. (2022). *Bagaimana Penilaian Bagi Merek Dalam Survei Top Brand?*. <https://www.topbrand-award.com/article/detail/bagaimana-penilaian-bagi-merek-dalam-survei-top-brand>
- Utami, D. I., & Hidayah, N. (2022). *Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan Brand Ambassador terhadap keputusan pembelian produk scarlett*. Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 1(04), 102-111.
- Wibowo, J. F., Setyariningsih, E., & Utami, B. (2022). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hp Oppo (Studi Pada Konsumen Oppo Di Mojokerto)*. Jurnal Cakrawala Ilmiah, 1(12), 3579-3592.
- Widarti, Peni. (2024). *Kadin Jatim Siap Bantu Perluas Jaringan Ekspor Bagi Industri Kosmetik*. <https://surabaya.bisnis.com/read/20240110/531/1731188/kadin-jatim-siap-bantu-perluas-jaringan-ekspor-bagi-industri-kosmetik>
- Wirasakti, M. R., & Purwanto, S. (2023). *The Effect of Brand Image and Brand Trust on Hotel Booking Purchase Decisions in The Agoda Application*. International Journal of Multidisciplinary Research and Literature, 2(6), 765-775.
- Zahroh, A. & Dwijayanti, R. (2020). *Pengaruh Brand Image dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Janji Jiwa di Royal Plaza Surabaya*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 8(2).