

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, L., & Mulyana, R. (2022). Pemodelan Nilai Teknologi Informasi Menggunakan Structural Equation Modeling (Sem). *JIPi (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika)*, 7(2), 469–477. <https://doi.org/10.29100/jipi.v7i2.2825>
- Adianti, siti nurmaya, & Ayuningrum, F. (2023). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Al-Fatih Global Mulia*, 5(1), 45–56. <https://doi.org/10.59729/alfatih.v5i1.60>
- Akbar, M. A., Iswanto, A., & Hijuzaman, O. (2024). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk , Persepsi Harga , Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Metode Structural Equation Modeling (SEM) AMOS pada Café Djajan Coffee Purwakarta*. 3(September), 938–949.
- Al Hakim, R., Mustika, I., & Yuliani, W. (2021). Validitas Dan Reliabilitas Angket Motivasi Berprestasi. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 263. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7249>
- Amalia, R. N., Dianingati, R. S., & Annisaa', E. (2022). Pengaruh Jumlah Responden terhadap Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan dan Perilaku Swamedikasi. *Generics: Journal of Research in Pharmacy*, 2(1), 9–15. <https://doi.org/10.14710/genres.v2i1.12271>
- Anggraini, fitria dewi puspita, Aprianti, Setyawati, vilda ana veria, & Hartanto, agnes angelia. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas Fitria. *Jurnal Basicedu*, 5(5), 3(2), 524–532. <https://journal.uui.ac.id/ajie/article/view/971>
- Azizah, L., Gunawan, J., & Sinansari, P. (2021). Pengaruh Pemasaran Media Sosial

- TikTok terhadap Kesadaran Merek dan Minat Beli Produk Kosmetik di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 10(2).
<https://doi.org/10.12962/j23373539.v10i2.73923>
- Bella, Mardiana, S., & Pitasari, dwi nurina. (2023). Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Melalui E-Commerce Shopee. *Jurnal CommLine*, 08(02), 124–132.
- Fauzela, D. S., Dardanila, M., & Tabrani. (2023). *PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TERHADAP PRODUK KOSMETIK YANG MENGANDUNG BAHAN BERBAHAYA DALAM JUAL BELI ONLINE (E-COMMERCE) LEGAL*. 11(1), 1–14.
- Fauzi, dandy hafidh. (2021). Determinasi Keputusan Pembelian Dan Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(6), 790–800. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i6.645>
- Febrianah, F., & Sukaris. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan Transaksi dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobistek*, 11, 309–315. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i4.391>
- Febyana, salsabhilla dhea, Mulyono, lalu edy herman, & Dakwah, muhammad mujahid. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Kualitas Produk dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik BLP Beauty (Studi Pada Mahasiswi Di Kota Mataram). *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 9(1), 68–73. <https://doi.org/10.29303/jseh.v9i1.199>
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>

- Gabriela, Yoshua, & Mulyadi, m. rachman. (2022). Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap minat beli pelanggan e-commerce. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(1), 121–125.
- Hafidzi, K., Rizqi, F., & Jumani, A. (2022). Literature Review Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1), 203–214.
<https://doi.org/10.38035/jim.v1i1.30>
- Kamisa, N., Putri, A. D., & Novita, D. (2022). PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN (Studi kasus: Pengguna Shopee di Bandar Lampung). *Journals of Economics and Business*, 2(1), 21–29.
<https://doi.org/10.33365/jeb.v2i1.83>
- Khotimah, K. (2023). KARAKTERISASI BODY LOTION DARI NANOKOLAGEN KULIT IKAN CUCUT LANJAMAN. *Journal GEEJ*, 1(4), 229–242.
- Kristianingsih, I., Kurniawati, E., & Lestari, tri puji. (2022). Sosialisasi dan Pelatihan Pembuatan Hand Body Lotion Dengan Memanfaatkan Lidah Buaya Untuk Pelembab Kulit. *Journal of Community Engagement and Employment*, 02, 38–45.
https://www.academia.edu/download/80623027/Energy_20Conflicts__20The__20role__20of__20scientific__20evidence.pdf
- Larasati, D., Pratignyo, L. S., & Sofiyat, A. I. (2022). Pengaruh Fasilitas Kampus dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa dengan Metode SEM. *Jurnal Baut Dan Manufaktur*, 04(1), 2686–5351.

- Lestari, N., & Patrikha, F. D. (2022). Pengaruh Harga Dan Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Wanita Di Online Marketplace (Studi Kasus Pada Konsumen Di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1635–1642. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1635-1642>
- Lisdiani, N. L. I., & Annisa, A. A. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Pengetahuan Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fiesta Chicken Nugget dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Invest Journal of Sharia & Economic Law*, 2(1), 79–91. <https://doi.org/10.21154/invest.v2i1.3830>
- Melpiana, E., & Sudarajat, A. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow Beauty. *Management and Accounting Expose*, 5(1), 106–118. <https://doi.org/10.36441/mae.v5i1.599>
- Muliawan, E. N., & Waluyo, M. (2021). Pengaruh Brand Awareness dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Beli Ulang sepatu Converse (Studi Pada Konsumen Sepatu Converse Di Surabaya). *Jurnal Manajemen Industri Dan Teknologi*, 02(05), 38–49.
- Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee Di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185–195. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v7i2.665>
- Nabella, S., & Ida, F. (2024). Pengaruh Word Of Mouth, Persepsi Harga, Brand Image, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang Hand & Body Vaseline di Kota Semarang. *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 439–452.

- Ningsih, E. S., Fatimah, F. S., & Sarwadhamana, R. J. (2021). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Kuesioner Manajemen Talenta. *Indonesian Journal of Hospital Administration*, 4(2), 52. [https://doi.org/10.21927/ijhaa.2021.4\(2\).52-55](https://doi.org/10.21927/ijhaa.2021.4(2).52-55)
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literatute Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 660–669. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1128>
- Perkasa, N. P. Y., & Wardhani, N. I. K. (2023). Pengaruh Kualitas Website Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Blibli Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 8(1), 287–297. <https://doi.org/10.31932/jpe.v8i1.2073>
- Permatasari, lisa dewi, & Santosa, suryono budi. (2023). Studi Pada Konsumen Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(3), 875–883. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, nurul aulia, & Ali, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ekonomi ...*, 3(5), 469–478.

<https://dinastirev.org/JEMSI/article/view/988%0Ahttps://dinastirev.org/JEMSI/article/download/988/622>

- Prabowo, kharina febby, & Kinasih, dwi putri. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Penetapan Harga Terhadap Minat Beli. *Jurnal Rconomics Business Finance*, 2(1), 6–19.
- Prameswara, A., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Motor Yamaha Di Kabupaten Kendal. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 04(01), 27–39.
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 150–160. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.473>
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 279. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>
- Rukhmana, T. (2021). Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS) Page 25. *Jurnal Edu Research : Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 2(2), 28–33.
- Ruspen, N. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK VASELINE DI KABUPATEN PRINGSEWU. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 104–116.
- Sahra, J. F., Ali, H., & Khan, M. A. (2024). Pengaruh Electronic Word of Mouth , Siaran Langsung dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang pada PT XYZ (Literature Review). 6(2), 160–167.

Selvia, M., Tumbel, A., & Djemly, W. (2022). PRODUK KOSMETIK SCARLETT WHITENING PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS THE EFFECT OF PRICE AND PRODUCT QUALITY ON THE PURCHASE DECISION OF SCARLETT WHITENING PRODUCTS ON STUDENTS OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND Jurnal EMBA Vol . 10 No . 4 Oktober 2. *Emba*, 10(4), 320–330.

Septyadi, muhammad abdul kohar, Salamah, M., & Nujiatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>

Sofya, dini nur, & Purwanto, S. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang “Slai O’lai.” *Jurnal Ekonomi*, 23(1), 1–12. <https://doi.org/10.47896/je.v23i1.99>

Subhaktiyasa, P. G. (2024). *Menentukan Populasi dan Sampel : Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. 9, 2721–2731.

Sugiarti, dwi ika, & Iskandar, R. (2021). Pengaruh Consumer Review Terhadap Keputusan Pembeli Terhadap Toko Online Shopee. *Jurnal Sosial Teknologi*, 1(9), 954–962. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v1i9.195>

Sumaryanto, Widajanti, E., & Susanti, nami irma. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah*. 9(1), 1–23.

Suryani, M., Adawiyah, nida nusaibatul, & Beliya, E. (2022). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Sociolla Pada Masa Pandemi Covid-19. *Formosa Journal of Multidisciplinary*

- Research*, 1(1), 49–74. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i1.416>
- Triandika, N. K., & Putra, K. E. S. (2023). Pengaruh Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Marina Hand and Body Lotion Di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 241–250.
- Ulfah, A., Hermina, D., & Huda, N. (2024). *DESAIN INSTRUMEN EVALUASI YANG VALID DAN RELIABEL DALAM PENDIDIKAN ISLAM MENGGUNAKAN SKALA LIKERT*. 8(12), 855–861.
- Waluyo, M. (2016). Mudah cepat tepat penggunaan tools amos dalam aplikasi (SEM). *UPN Jatim Repository*, 130.
- Waluyo, M., & Rachman, M. (2020). Mudah Cepat Tepat Dalam Aplikasi Structural Equation Modeling. In *Transportation Systems Planning: Methods and Applications*.
- Widyastuti, suciati rahayu. (2022). *PENGEMBANGAN SKALA LIKERT UNTUK MENGUKUR SIKAP TERHADAP PENERAPAN PENILAIAN AUTENTIK SISWA SEKOLAH MENENGAH PERTAMA*. 57–76.
- Winasis, caroline lystia rut, Widiarti, halimah sandra, & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Umum Manajemen Terapan*, 3(4), 392–403. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). *Hipotesis Penelitian Kuantitatif. Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*. 3(2), 96–102.
- Zuliasari, L., Purbawati, D., & Pradhanawati, A. (2023). Pengaruh Brand Attitude Dan Kualitas Produk Terhadap Brand Loyalty Pada Produk Hand & Body Lotion Marina Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening.

Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 12(3), 807–818.

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>

Zulkarnain, M. (2021). Kualitas Produk, Servicescape dan Word of Mouth Serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(1), 38–44. <https://doi.org/10.35899/biej.v3i1.198>