

DAFTAR REFERENSI

- .putri@unisri.ac.id, E. novianda, Susanti, R., & Lamidi, L. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE BRAND TRUST DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE (Survey Pada Pengguna Shopee Di Kota Klaten). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 22(1), 29–36. <https://doi.org/10.33061/jeku.v22i1.7589>.
- Abarca, R.(2021). *engertianKeputusanPembelian.Nuevosistemasdecomunicación e información*: 2013–15.
- Ade Indra Permana, 2020. Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Situs Belanja Online Bukalapak. Volume 25, Nomor 2, Januari 2020.
- Aditya Wardhana. (2024). *Brand Management in the Digital Era/ Edisi Indonesia*. CV. Eureka Media Aksara.
- Adnan, A., & Abubakar, R. (2021). *Manajemen Pemasaran (Dari Legacy Marketing Ke New Wave Marketing)*. Sefa Bumi Persada.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasran Jasa*. CV. Alfabeta.
- Astrid Fabienza Wilfan, & erni Martini. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Linkaja Berdasarkan Model Teori Utaut2 (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology2) Factors Affecting the Use of Linkaja Based on the Utaut2 Theory Model (Unified Theory of Acceptance and Use of Technolo. *E-Proceeding of Management* , 8(6), 7729–7741.
- Aulia, T., Ahluwalia, L., & Puji, K. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan penggunaan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee di Bandar Lampung. *SMART: Strategy of Management and Accounting through Research and Technology*, 2, 58–69. <https://jim.teknokrat.ac.id/index.php/smart/article/view/3665>.
- Avilla, T., Relioni, Y., Kurniawan, A. P., & Aurelia, P. N. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame (Studi Kasus pada Pelanggan Nanette Brand Partner Oriflame di Kecamatan Kangae. *Jurnal Penelitian Mahasiswa*, 1(4), 12–23.
- Buchory., A., & Saladin, D. (2018). *Strategi Brand Marketing*. CV. Linda Karya.
- Buchory, A. R., Putra, A. B., Meruya, J., No, S., & Barat, J. (2024). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Frestea. *Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital (JUMABEDI)*, 1(2),

33–41. <https://doi.org/10.61132/jumabedi.v1i2.56>.

Carney, J. P. (2022). Bauran Pemasaran. *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology*, 7–16.

Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.

Chaudhuri, A and Holbrook, M; B. (2001). The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty. *Journal of Marketing*, 65(2), 81-93.

Delgado, E; Munuera-Aleman, J, L; and Yague, M, J. (2003). Development and Validation of a Brand Trust Scale. *International Journal of Marketing Research*, 45(1), 35-54.

Delgado-Ballester, E. and Munuera-Alemán, J. L. 2001. ³Brand Trust in the Context of Consumer Loyalty. *European Journal of Marketing*, 35 (11/12):1238-1258.

Deviyanti, Latief, F., & Nurhaeda. (2023). Pengaruh Label Halal, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brand Kosmetik Wardah di Citra Cosmetic Sungguminasa. *Malomo: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 103–113.

Dhanny, O., Hudayah, S., ... A. P.-I. J. of, & 2021, U. (2021). Investigation of Perceived Quality and Brand Trust Antecedents and their Consequences on Brand Loyalty of Toyota. *International Journal of Management*, 12(1), 641–658. https://www.academia.edu/download/66098698/IJM_12_01_055.pdf.

Didik Gunawan, S.E, M. ., Aiga Dwi Pratiwi, S.E., M. A., Yenni Arfah, S.E., M. A., Bobby Hartanto, S.Kom., M. S., Nursaimatussaddiyah, SP., M., & Sawoto. (2022). *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing*. PT. Inovasi Pratama Internasional.

Dr. Miguna Astuti, S.Si., M.M., MOS., C., & Nurhafifah Matondang, S.Kom., M.M., M. T. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. CV. Budi Utama.

Dr. Wier Ritonga, S. . (2020). *Pelayanan Prima*. PT. Muara Karya.

Drs. H. Nasir Asman, M. . (2021). *STUDI KELAYAKAN BISNIS (Pedoman Memulai Bisnis Era Revolusi Industri 4.0)*. CV.Adanu Abimata.

- Eka Murti Hartono, M., & Sumantri Indra Wicaksana, P. (2023). Enrichment: Journal of Management The influence of brand image product quality and price on purchase decisions of garnier facial cleanser products in South Cikarang. *Enrichment: Journal of Management*, 13(2).
- Ekonomika, J., Bisnis, D., No, V., Oktober, S., Sagala, B., Aisyah, N., Lubis, A., & Si, M. (2024). *Pengaruh Brand Trust Dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Fans (Studi Kasus Pada Sma N 1 Habinsaran , Sumatera Utara) The Influence Of Brand Trust And Price On Fans 'Shoe Purchase Decisions (Case Study At Sma N 1 Habinsaran , North Sumatra)*. 4(5), 1110–1115.
- Fandy Tjiptono, 2008 .Strategi Pemasaran, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Firmansyah. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV. Qiara Media.
- Fakhrudin, A. (2022). Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Dan Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Kuliah Penerbangan Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 15(1), 110–121. <https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v15i1.577>.
- Farkhan, M. Z. (2020). Brand Experience towards Brand Loyalty with Brand Trust as Mediation variable in Banyumas Regency. *Proceeding of International Conference Sustainable Competitive Advantage*, 1(1), 684–693. <http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/view/1890>.
- Fatmalawati, D. S., & Andriana, A. N. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Kosmetik Pt. Paragon Technology and Innovation. *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 177–186. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4228>.
- Faudji, N., Resmi, S., & Utami, A. M. (2024). Pengaruh pendukung selebriti, citra merek, dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian produk Somethinc. *Cakrawangsa Bisnis*, 5(2), 31–45.
- Fauzi Zulkarnaen, M., Fahrorrozi, M., & Ashari, M. (2022). Jurnal Ilmiah IKIP Mataram Sistem Survei Kepuasan Masyarakat pada Pembuatan Kartu Tanda Penduduk. *Jurnal Imiah IKIP Mataram*, 9(2), 85–92. <https://ojs.ikipmataram.ac.id/index.php/jiim>.
- Febryanty, I., & Suryowati, B. (2021). Faktor psikologis dan kepercayaan dalam keputusan pembelian produk kosmetik. *Jurnal Manajemen, Organisasi dan Bisnis*, 10(2), 22–30.
- Geni, B. Y., Santony, J., & Sumijan. (2019). Prediksi Pendapatan Terbesar pada Penjualan Produk Cat dengan Menggunakan Metode Monte Carlo. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 1(4), 15–20. <https://doi.org/10.37034/infeb.v1i4.5>.
- Gujarati, D. N. (2021). *Basic Econometrics*. New York: McGraw Hill.

- Hanum, F., & Rahmani, N. A. B. (2022). Analisis pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Emina pada kalangan mahasiswi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI UNSRAT)*, 9(3), 986–998.
- Hair, J. F. et. al. 2017. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications, Los Angeles.
- Hakim, S. H., Rahman, A., & Syafii, M. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi penggunaan E-Wallet di Sumatera utara. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 6(2), 1171-1183.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan*.
- Harjuno, Puger (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda Scoopy (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta)*. Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Hasbullah, H., & Muchtar, M. (2022). Pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian. *INOVASI*, 18(4), 826- 831.
- Hikmah, A., Saryadi, & Susanta Nugraha, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Gudang Kosmetik Purwokerto. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 398–404. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>.
- Ichlasul Naufal Hakim, & Imam Nuryanto. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kamera Digital Canon Di Semarang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 1(2), 10–16. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v1i2.118>.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>.
- Imam Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS25*. Universitas Diponegoro.
- Imam Ghozali. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IMB SPSS 21*. Universitas Diponegoro.

- Isra, M., Diah, W., & Ely, R. (2024). Manajemen Pemasaran: Konsep dan Teori. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Juli, E. K. S. (2022). Pengaruh harga, kepercayaan, brand love dan e-promosi terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada pengguna aplikasi TikTok pada era pandemi Covid-19. *JUBIS: Jurnal Bisnis dan Ilmu Sosial*, 3(1), 1–13.
- Khamitov, M., Rajavi, K., Huang, D.-W., & Hong, Y. (2024). Brand Trust. In *Elgar Encyclopedia of Consumer Behavior* (Vol. 6, Issue 1). <https://doi.org/10.4337/9781803926278.ch18>.
- Khumaeroh, F. A., Yanusa, N., Yulianto, A., & Riono, S. B. (2023). Analisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah (Studi kasus di Toko Kosmetik Levina Beauty Brebes). *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(4), 1–14.
- Kriyantono, R. (2020). Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertai contoh praktis Skripsi, Tesis, dan Disertai Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. Rawamangun: Prenadamedia Group.
- Kotler, P. (2018). *Marketing Management* (14th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Milenium). Prenhalindo.
- Kotler, P. (2021). *Manajemen Pemasaran*. CV. Budi Utama.
- Kotler, P., & Gary Armstrong. (2018). *Principles of Marketing Global Edition* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Gary Armstrong. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management* (13th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran Jilid 2* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management, Edition 14* (14th ed.). Prentice Hall.

- Kotler, P., & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif*. Kencana.
- Lantara, A. A. M. O., & Pramudana, K. A. S. (2020). PERAN SIKAP MEMEDIASI PENGARUH BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(1), 218. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i01.p12>.
- Lau, G. T., & Lee, S. H. (1999). Consumers' trust in a brand and the link to brand loyalty. *Journal of Market-Focused Management*, 4(4), 341–370.
- Lestari, D., & Juhana, D. (2024). Influence of Price and Product Quality on Cosmetic Purchasing Decisions in a Marketplace. *Jurnal Computech & Bisnis*, 18(1), 40–46. <https://doi.org/10.56447/jcb.v18i1.293>.
- Lestari, M., & Wismantoro, Y. (2024). Pengaruh Brand Image, Harga, Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah Di Kota Semarang. *Jurnal Maneksi*, 13(1), 233–241. <https://doi.org/10.31959/jm.v13i1.2188>.
- Lusiana, W. (2023). *The Influence of Brand Image , Price , and Product Quality on the Purchase Decision o f Kopiko 78 ° c at PT . XYZ*. 2(3), 1013–1030.
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi Ketiga. Salemba Empat. Jakarta.
- M. Anang Firmansyah. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek*. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 143–144.
- Magdalena, M., & Armansyah, A. (2022). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Lubuk Pandan Kec. 2x11 Enam Lingkung Kab. Padang Pariaman. *Jurnal Pundi*, 6(1), 219–230. <https://doi.org/10.31575/jp.v6i1.415>.
- Maulida, 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>.
- Mettatirtha, R. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Media Sosial (Instagram) Terhadap Keputusan Pembelian Sandwich Attack Pasar Lama, Tangerang. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 10 pages.

- Mila Diana Sari, S. . M. (2023). PERILAKU KONSUMEN - Mila Diana Sari, SE., MM-Google Books.In*Uwais*. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=Gm3QEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=perilaku+konsume&ots=12YHDcu2wV&sig=PRfuauttrYjVmPqyEwJq23T6p1Q&redir_esc=y#v=onepage&q=perilaku konsumen&f=false.
- Marini, Y. C., & Lestariningsih, M. (2022). Pengaruh kualitas produk dan lifestyle terhadap keputusan pembelian dengan celebrity endorser MS Glow. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 11(6), 1–20.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga, 90.
- Munawaroh, M., Gusteti, Y., & Resty, F. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswi Asrama Undhari). *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(1), 171–180. ISSN 1858–1358, E-ISSN 2684–7000.
- Ngatno. (2017). *Manajemen Pemasaran*. In *Digimedia* (p. 361).
- Novi Angga. (2023). *Manajemen Pemasaran*.
- Permana, A. I. (2020). Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Situs Belanja Online Bukalapak. *Ekonomi Bisnis*, 25(2), 94–109. <https://doi.org/10.33592/jeb.v25i2.422>.
- Produk, P. K., Image, B., Brand, D. A. N., & Pekanbaru, M. D. I. (2025). *Pengaruh kualitas produk, brand image , dan brand trust terhadap keputusan pembelian kosmetik marcks di pekanbaru*. 4(1), 1576–1588.
- Purwita Sari, M., Aulia Rachman, L., Ronaldi, D., & F Sanjaya, V. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Y.O.U. *Enterpreneur Dan Bisnis (JEBI)*, 1(2), 122–129.
- Putri Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Jati Lestari, W., & Khatimah, HusnilFatima Beribe, M. (2021). *Perilaku Perilaku Konsumen Teori*.
- Rachmawansyah, R., Bambang, M., & Rohman, S. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Daerah Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(6), 469–481. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7785344>.
- Ridwan, M., Militina, T., & Achmad, G. N. (2020). HOW TRUST AND QUALITY OF INFORMATION AFFECT BUYING INTEREST AND PURCHASING DECISIONS? (study on Shopee customers in Samarinda).

International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR), 4(01), 95–102. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v4i01.910>.

Rini Astuti, Isna Ardila, & Rodhitur Rahman Lubis. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse. *AKMAMI (Akutansi, Manajemen, Ekonomi)*, 2(Vol. 2 No. 2 (2021): April), 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.53695/ja.v2i2.154>.

Rusmanida, R. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Membeli Secara Online melalui Kepercayaan Merek pada E-Commerce Shopee Di Kota Banjarmasin. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 5(1), 16-22.

Saripudin, S., & Faihaputri, N. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Di E-Commerce Jd.Id). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(02), 1200–1210. <https://doi.org/10.29040/jie.v5i2.2765>.

Selvia, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). the Effect of Price and Product Quality on the Purchase Decision of Scarlett Whitening Products on Students of the Faculty of Economics and Business Sam Ratulangi Manado University. *Emba*, 10(4), 320–330.

Setyo. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks”. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*.

Sudiyono. (2018). *Manajemen Pemasaran Usaha Wisata*. Universitas PGRI Kanjuruhan.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2018b). *Metode Penelitian Kuantitatif*. CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.

Suhardi, M. F. (2023). Pengaruh social media marketing, kepercayaan merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Dear Me Beauty. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta*, Vol. 5, No. 2, 112–123.

- Tabar, F. A., & Farisi, H. (2023). Pengaruh kualitas produk, celebrity endorser, dan brand image terhadap keputusan pembelian produk kosmetik. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 2(1), 1–19.
- Tambun, C., Moniharapon, S., & Kawet, R. C. (2023). Pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah di Indomaret Krida Malalayang. *Jurnal EMBA*, 11(3), 231–243.
- Tjiptono, F. (2012). *SERVICE MANAGEMENT: Mewujudkan Layanan Prima*. Andi: Yogyakarta.
- Tjiptono Fandy. (2017a). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*,. Andi.
- Tjiptono Fandy. (2017b). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2019. "Pemasaran Jasa Edisi Terbaru." Yogyakarta: Penerbit Andi
- Tjiptono Fandy. (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Andi.
- Wahyudi, W., & Syahrudin, A. (2024). The Influence of Brand Image, Price and Product Quality on Decisions to Purchase Bread at Ropi Bread Shops. *Journal of Business Management and Economic Development*, 2(03), 1133–1141. <https://doi.org/10.59653/jbmed.v2i03.866>.
- Watulingas, D. P., Jan, A. B. H., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Maybelline di Gerai Mantos 2 Manado. *Jurnal EMBA*, 10(4), 659–670. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/43841>.
- Wilfan, A. F., & Martini, E. (2021). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Linkaja Berdasarkan Model Teori Utaut2 (unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology2). *eProceedings of Management*, 8(6).
- Yulia, farida, Lamsah, & Periyadi. (2019). *BUKU MANAJEMEN PEMASARAN_compressed.pdf* (Issue April, p. 79).
- Yunefa, A., & Sabardini, S. E. (2020). Pengaruh kualitas produk, harga, dan iklan terhadap keputusan pembelian produk lipstick Emina di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis*, 1(2), 171–186.
- Zalfachita. (2024). Pengaruh Harga, word of mouth , dan brand trust terhadap keputusan pembelian produk implora cosmetics (studi pada mahasiswa stiesia surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(1), 1–19.

- Zohra Sabunwala, 2013. Impact of Celebrity Brand Endorsement on Brand Image and Product Purchases-A Study for Pune Region of India. *International Journal of Research in Business Management*. 1(6): h: 37-42.
- Zulkarnaen, M. F. (2023). Sistem Survei Kepuasan Masyarakat Pada Pembuatan Kartu Tanda Penduduk. *Jurnal Ilmiah Ikip ...*, 9(2).
- Zulkarnain, E. Z., & Sardanto, R. (2025). The influence of lifestyle, content marketing, and brand trust on purchase decisions for Glad2Glow moisturizer. *Kilisuci International Conference on Economic & Business*, 3, 2166–2178.