

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Achmad, N. D., & Fikriyah, K. (2021). Pengaruh Halal Knowledge, Islamic Religiosity dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Surabaya. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam Volume 4 Nomor 3 E-ISSN: 2686-620X*.
- Amelfdi, J. F., & Ardyan, E. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*.
- Bagida, L. D., Tumbel, M. T., & Danny, M. (2021). Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada CV. Lion Jailolo. *Productivity*.
- Balaka, M. Y. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- compas.co.id*. (2022). Retrieved from <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>
- Debby Cindy Permatasari, E. T. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Paket Data Telkomsel. *Journal of Management & Business*.
- Dr. Meithiana Indrasari, S. M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2017). *Strategi Menaklukkan Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Elfyra, D. R., & Nurtjahjani, F. (2023). Pengaruh Desain Kemasan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina pada Platform e-commerce Shopee. *Jurnal Aplikasi Bisnis Volume : 9 Nomor : 1, E-ISSN: 2407-5523 ISSN: 2407-3741*.
- Fimela. (2023, Oktober 11). *Survei Menunjukkan 90% Perempuan Indonesia Pilih Brand Makeup Lokal*. Retrieved from Fimela: <https://www.fimela.com/beauty/read/5059290/survei-menunjukkan-90-perempuan-indonesia-pilih-brand-makeup-lokal?page=4>
- Gabriele, G. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Emina. *Ekonomi dan Bisnis Vol. 5, No.1 eISSN. 2809-381X*.

- Gunawan, & Didik. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Hasan, F. M. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Harian Umum Pikiran Rakyat Tahun 2020. *e-Proceeding of Applied Science* : Vol. 6, No. 2.
- Jakmin. (2022, Maret 24). Retrieved from Jakpat: <https://jakpat.net/info/top-7-merek-skincare-lokal-yang-paling-dikenal-masa-sih/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing, 17th edition*. Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management. 15th edition*. Harlow, Essex Pearson Education Limited.
- Liunokas, A. E., Bunga, M., Yosefina, K. D., & P., C. F. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batu Angin Pada UKM Julia Sikumana Kupang. *Glory: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*.
- Lukito, V. C. (2024). Pengaruh Brand Awareness, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Starbucks Coffee Karang Tengah (KM 13,5). *Ekonomi dan Bisnis*.
- Maulana, I. N. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Artfresh. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*.
- Meutia, I. K., Hadita, H., & Wirawan, W. (2021). Dampak Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review* DOI: <https://doi.org/10.37195/jtebr.v2i2.68>.
- Mokoagouw, H. J., Mangantar, M., & Lintong, A. C. (2023). Pengaruh Brand Awareness dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian Jasa Grab (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB Unsrat Manado). *Jurnal EMBA*.
- Ndofirepi, M. T., Chucu, T., Maziriri, E., & Brighton, N. (2022). Examining the influence of price-quality inference and consumer attitudes on the inclination to buy non-deceptive counterfeit goods: evidence from South Africa. *European Journal of Management Studies*.
- Pahlevi, R. (2022, 09 03). *Produk Konsumen*. Retrieved from Databoks - Katadata: <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/8261a075758d768/10-merek-kosmetik-lokal-favorit-masyarakat-3-punya-paragon>

- Putri, K. A. (2024). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Emina Cosmetics. *e-Proceeding of Management : Vol.11, No.5*.
- Rahma, H., Fitriyah, Z., & Ariescy, R. R. (2025). Pengaruh Content Marketing, Brand Awareness, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Surabaya. *Jambura Economic Education Journal Volume 7 No 1 P-ISSN: 2655-5689*.
- Ramadhani, H., Supeni, E. R., & Setianingsih, E. W. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Emina Di Masa Pandemi COVID-19. *National Multidisciplinary Sciences Vol. 1 No 3 DOI : <https://doi.org/10.32528/nms.v1i3.94>*.
- Rizky, W., & Rauf, A. (2025). Pengaruh Brand Awareness, Brand Trust Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Produk Emina Di Market Place Shopee. *Neraca Manajemen, Ekonomi DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359*.
- Sari, M., Rachman, H., Astuti, J. N., Afgani, W. M., & Siroj, A. R. (2023). Explanatory Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*.
- Sari, S., Syamsuddin, & Syahrul. (2021). Analisi Brand Awareness Dan Pengaruh Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya Di Makassar. *Journal of Business Administration (JBA), Vol.1, No.1*.
- Schiffman, L. G., Wisenblit, J., & Kumar, R. (2019). *Consumer Behavior Edisi 12*. Pearson Education.
- Sephiramitha, G. C., & Paludi, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Emina. *Jurnal Human Capital Development, Volume 11, issue 1*.
- Sriningsih, M., Hatidja, D., & D. Prang, J. (2018). Penanganan Multikolinearitas Dengan Menggunakan Analisis Regresi Komponen Utama pada Kasus Impor Beras di Provinsi Sulut. *Jurnal Ilmiah Sains Vol. 18 No. 1, April*.
- Sugiyono. (2021). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran: Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta: Andi offset.

- Utomo, P. K., Wardhana, K. A., Lestiowati, R., & Fadly, R. (2025). *Manajemen Pemasaran*. CV. EUREKA MEDIA AKSARA.
- Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). *Keputusan Pembelian*. Bekasi, Jawa Barat: PT Kimshafi Alung Cipta.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing Vol.* 52.