

DAFTAR PUSTAKA

- [1] “Skincare Dominasi Pasar Industri Kosmetik - BuddyKu.”
<https://www.buddyku.com/article/skincare-dominasi-pasar-industri-kosmetik-uNSOJo> (accessed Mar. 25, 2022).
- [2] D. A. Bastian, “Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia,” *J. Manaj. Pemasar. Petra*, vol. 2, no. 1, pp. 1–9, 2014.
- [3] S. Suryani and S. S. Rosalina, “Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Startup Business Unicorn Indonesia),” *J. Bus. Stud.*, vol. 04, no. 1, p. 49, 2019.
- [4] B. Lestari and I. Novitaningtyas, “Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeeville-Oishi Pan Magelang,” *J. Nas. Manaj. Pemasar. SDM*, vol. 2, no. 3, pp. 150–159, 2021, doi: 10.47747/jnmpsdm.v2i3.374.
- [5] M. Fintahiasari, S. Ekowati, and R. Krisna, “Pengaruh Kualitas Produk, Display Layout, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen,” *EKOMBIS Rev. J. Ilm. Ekon. dan Bisnis*, vol. 8, no. 2, pp. 149–159, 2020, doi: 10.37676/ekombis.v8i2.1081.
- [6] R. Lemana, K. kunci, K. Pembelian, K. Produk, and P. Harga, “Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen,” vol. 1, no. 1, pp. 2598–823, 2017.
- [7] Jackson R.S. Weenas, “Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas

- Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta,” *Jackson R.S. Weenas - KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPRING BED Comf.*, vol. 1, no. 4, pp. 607–618, 2013, doi: 2303-1174.
- [8] E. Y. Sudjianto and E. Japarianto, “Pengaruh Perceived Service Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variable Intervening Di Hotel Kartika Graha Malang,” *J. Manaj. Pemasar.*, vol. 11, no. 2, pp. 54–60, 2017, doi: 10.9744/pemasaran.11.2.54-60.
- [9] J. Saintz, “Pengaruh Perceived Service Quality Terhadap Repurchase Dan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Fast Food Restaurant Di Surabaya,” *J. Manaj. Pemasar.*, vol. 12, no. 2, pp. 77–83, 2018, doi: 10.9744/pemasaran.12.2.77-83.
- [10] T. Kuat, T. Dan, and B. Batako, “74-74-1-Pb,” vol. 21, no. 1, pp. 1–7, 2013.
- [11] M. Program and P. Pinang, “Analisis Pengaruh Brand Image , Vanity Seeking Dan Materialism Terhadap Minat Beli Ulang Jasa Kecantikan (Studi Kasus Pada Kimly Aesthetic Clinic Di Pangkalpinang),” vol. 8, no. 2, pp. 59–65, 2021.
- [12] D. Fransiska A and I. J. Dewi, “Pengaruh Karakteristik Psikografis Konsumen, Sikap Terhadap Video Tutorial Make-Up, Dan Citra Merk Pada Minat Beli,” *EXERO J. Res. Bus. Econ.*, vol. 1, no. 1, pp. 23–43, 2018, doi: 10.24071/exero.2018.010102.
- [13] N. Nazwirman, “Pengaruh Kinerja Kualitas Layanan Yang Dirasakan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang (Studi Pada Busway

- Transjakarta),” *J. Organ. dan Manaj.*, vol. 14, no. 1, pp. 52–66, 2018, doi: 10.33830/jom.v14i1.147.2018.
- [14] V. F. Dr. Vladimir, “Analisa Pengaruh Customer Value Terhadap Repurchase Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Di Pisa Kafe Manyar Surabaya,” *Gastron. ecuatoriana y Tur. local.*, vol. 1, no. 69, pp. 5–24, 1967.
- [15] Simidi, “Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan Strategi Pembelajaran Student Team Heroik Leadership terhadap kreativitas belajar pada siswa,” *EduTech*, vol. 1, no. 1, p. 42691, 2015.
- [16] “√ Pengertian Cross Sectional, Kelebihan, Kekurangan, dan Contohnya | PenelitianIlmiah.Com.” <https://penelitianilmiah.com/cross-sectional/> (accessed Mar. 25, 2022).
- [17] “Penelitian Cross-Sectional: Pengertian dan Contohnya | sosiologis.com.” <https://sosiologis.com/penelitian-cross-sectional> (accessed Apr. 20, 2022).
- [18] Wahidmurni, “PEMAPARAN METODE PENELITIAN KUANTITATIF,” vol. 110265, p. 110493, 2017.
- [19] Mp. Disampaikan Pada Kegiatan Pelatihan Metodologi Penelitian Pendidikan, “Penelitian Ex Post Facto,” pp. 1–8, 2013.
- [20] S. E. Fitria and V. F. Ariva, “Analisis Faktor Kondisi Ekonomi, Tingkat Pendidikan Dan Kemampuan Berwirausaha Terhadap Kinerja Usaha Bagi Pengusaha Pindang Di Desa Cukanggenteng,” *J. Manaj. Indones.*, vol. 18, no. 3, pp. 197–208, 2019.
- [21] R. Mukhsin, P. Mappigau, and A. N. Tenriawaru, “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Daya Tahan Hidup Usaha Mikro Kecil dan

- Menengah Pengolahan Hasil Perikanan di Kota Makassar,” *J. Anal.*, vol. 6, no. 2, pp. 188–193, 2017, [Online]. Available: <http://pasca.unhas.ac.id/jurnal/files/ef79bd330d16ba9fda32510e0a581953.pdf>
- [22] P. D. Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: CV Alfabeta, 2015.
- [23] D. Program, S. Pendidikan, G. Sekolah, and U. S. Dharma, “Buku teknik penyusunan instrumen penelitian”.
- [24] N. Purwanto, “Variabel Dalam Penelitian Pendidikan,” *J. Teknodik*, vol. 6115, pp. 196–215, 2019, doi: 10.32550/teknodik.v0i0.554.
- [25] M. Miftah, “Model Dan Format Analisis Kebutuhan Multimedia Pembelajaran Interaktif,” *J. Teknodik*, pp. 095–106, 2018, doi: 10.32550/teknodik.v13i1.443.
- [26] A. Febtriko and I. Puspitasari, “Anip Febtriko, 2) Ira Puspitasari,” vol. 3, no. 1, pp. 1–9, 2018.
- [27] “1 , 2 .,” vol. 6, no. 1, pp. 43–57, 2018.
- [28] T. Yudianto, “Pendidikan PENGARUH MOTIVASI BELAJAR TERHADAP HASIL BELAJAR SISWA KELAS VII SMP NEGERI 2 KEDOKAN BUNDER KABUPATEN INDRAMAYU,” vol. 2, no. 1, pp. 105–117, 2021.
- [29] A. Nurdany, “ANALISIS PENGARUH RASIO KEUANGAN RENTABILITAS TERHADAP PENDAPATAN MARGIN MURABAHAH BANK SYARIAH (Studi Kasus pada PT. Bank Mega Syariah Periode 2005-2012),” *Khazanah*, vol. 5, no. 2, pp. 13–24, 2013, doi:

10.20885/khazanah.vol5.iss2.art2.

- [30] Hendri and R. Setiawan, “Pengaruh Motivasi dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan di PT. Samudra Bahari Utama,” *Agora*, vol. 5, no. 1, pp. 1–8, 2017.
- [31] W. Prasetya and C. Yulius, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang: Studi Pada Produk Eatlah,” *J. Teknol.*, vol. 11, no. 2, pp. 92–100, 2018, [Online]. Available: <https://ejournal.akprind.ac.id/index.php/jurtek/article/view/1399>
- [32] R. Hidayat and D. Resticha, “Analisis Pengaruh Variasi Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah,” *J. Appl. Bus. Adm.*, vol. 3, no. 1, pp. 40–52, 2019, doi: 10.30871/jaba.v3i1.1282.
- [33] S. A. Hidayah and R. A. E. P. Apriliani, “ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN DAYA TARIK PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN BATIK PEKALONGAN (STUDI PADA PASAR GROSIR SETONO BATIK PEKALONGAN),” 2019.