

## DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, N. P., Handayanto, E., Hilmi, L. D., & Malang, U. M. (2024). The Influence Of Brand Image , Product Quality Perception And Price Perception On Purchase Intention In Somethinc Consumers In Malang. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 04(04). <https://doi.org/10.22219/jamanika.v4i4.36956>
- Anasari, D., & Hidayat, R. S. (2024). Pengaruh Presepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Konsumen PT. Duta Teknologi Nusantara di Tangerang Kota. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi*, 1(5), 130–137. <https://journal.smartpublisher.id/index.php/jimat/article/view/241/215>
- Angelene, & Evyanto, W. (2026). Peran Duta Merek , Promosi , dan Customer Rating dalam Keputusan Pembelian Produk Y . O . U Beauty pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(3), 1–13. <https://doi.org/10.32877/eb.v8i3.3614>
- Annisa Febriyanti, & Syifa Pramudita Faddila. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tokopedia Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(3), 211–221. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v3i3.1364>
- APJII. (2025). *Shopee Jadi Toko Online Terfavorit Orang Indonesia*. <https://survei.apjii.or.id/survei?emailSent=1>
- Arikunto, S., Suhaedjono, & Supardi. (2021). *Penelitian Tindakan Kelas* (pp. 76–98). Bumi Aksara.
- Astutik, V. P., & Sutedjo, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek , dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms. Glow (Studi Kasus pada konsumen produk Skincare MS. GLOW di Kota Semarang). *Jurnal Manajemen Dan Sains*, 7(2), 1065–1069. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.581>
- Audry, C. P., & Wahyuningtyas, Y. F. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen MS Glow di Pacitan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha*, 3(4), 1328–1344.
- Azahari, A., & Hakim, L. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen, Organisasi, Dan Bisnis*, 1(4), 553–564.

- BPS Provinsi DKI Jakarta. (2025). *Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta Tahun 2025*. Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/683efa49a507c/proyeksi-jumlah-penduduk-jakarta-tahun-2025>
- Christian, A. E., Tinneke, T., & Olivia, W. (2023). Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Produk Sepeda Motor NMAXX di PT Hasjrat Abadi SPA Bitung. *Jurnal Produktivity*, 4(5), 526–531. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Compas. (2025). *Compas Market Insight Dashboard: Penjualan Paket Kecantikan di Q2 2025*. <https://compas.co.id/article/market-insight-paket-kecantikan-skinific/>
- Compas. (2025). *Compas Market Insight Dashboard: Penjualan Paket Kecantikan di Q4 2025*. <https://compas.co.id/article/tren-penjualan-paket-kecantikan-periode-q1-2024/>
- Compas. (2025). *Pertumbuhan FMGC didukung oleh setiap kategorinya yang diprediksi meningkat di Tahun 2025 mendatang*. <https://compas.co.id/article/fmcg-report-2024-boikot-picu-perubahan-peta-persaingan-produk-global-lokal/>
- Compas. (2025). *Top 10 brand perawatan kecantikan di Shopee tahun 2025*. <https://compas.co.id/article/top-10-brand-perawatan-kecantikan-di-shopee/>
- Compas. (2025). *Top 10 brand perawatan kecantikan tahun 2022-2024 di Indonesia pada e-commerce Shopee*. <https://compas.co.id/article/top-10-brand-perawatan-kecantikan-di-shopee/>
- Daskalovska, N., Hadzi-Nikolova, A., & Alogjozovska, N. J. (2023). the Use of Metacognitive Listening Strategies By English Language Learners. *European Journal of English Language Teaching*, 8(1), 19–33. <https://doi.org/10.46827/ejel.v8i1.4648>
- DataReportal. (2025). *Jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 212 juta orang*. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- Dwipa, P. A., & Wardhani, S. L. (2024). Pengaruh Service Quality, Price Perception, dan Trust Terhadap Customer Loyalty di Thanks For Solution Hair Studio. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 3, 119–129.
- Effendi, S. D., Hakimah, E. N., City, K., Java, E., & Information, A. (2025). Kilisuci International Conference on Economic & Business Vol. 3 Year 2025 The Effect of Brand Image, Product Quality, and Price Perception on Erspo Jersey Purchasing Decisions. *Kilisuci International Conference on Economic & Business*, 3, 408–419.

- Fahmi, S., & Soumi, A. L. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk dan Celebrity Endorse terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow ( Studi pada Konsumen Ms. Glow Pandaan). *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 4(1), 45. <https://doi.org/10.47201/jamin.v4i1.104>
- Fatmasari, A. N., & Barusman, M. Y. S. (2025). Pengaruh Citra Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada TikToshop ( Studi Kasus Mahasiswa FEB Universitas Bandar Lampung ). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(3). <https://doi.org/10.32877/eb.v7i3.2059>
- Furadantin, N. R. (2020). Analisis Data Menggunakan Aplikasi SmartPLS v.3.2.7. *Journal Magister Sains Manajemen*, 1–8.
- Garvin, D. A. (1984). What Does “Product Quality” Really Mean? In *Management review* (Vol. 26, Issue 1).
- Gatri, B. U., & Waeno, M. (2025). Purchase decision : The role of brand image , product quality , and price. *Journal of Management and Business Insight*, 3(1), 79–87.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- GoodStats. (2025). *10 brand paket kecantikan terlaris di shopee indonesia Q2 2025*. <https://data.goodstats.id/statistic/10-brand-paket-kecantikan-terlaris-di-shopee-indonesia-q2-2025-mana-favoritmu-OSutF>
- GoodStats. (2025). *10 brand paket kecantikan terlaris di shopee indonesia Q4 2025*. <https://data.goodstats.id/statistic/10-brand-paket-kecantikan-terlaris-di-shopee-indonesia-q4-2025-mana-favoritmu-KH6qk>
- GoodStats. (2025). [https://goodstats.id/article/shopee-jadi-e-commerce-yang-paling-banyak-diakses-di-indonesia-2025-3COz0?utm\\_source=chatgpt.com](https://goodstats.id/article/shopee-jadi-e-commerce-yang-paling-banyak-diakses-di-indonesia-2025-3COz0?utm_source=chatgpt.com)
- Gunandi, A., & Kismiantini. (2025). Penerapan Analisis Jalur Pada Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Indeks Pembangunan Manusia di Indonesia. *Jurnal Statistika Dan Sains Data*, 2, 121–135.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Third Edition* (Vol. 2).
- Hamzah, M. R., & Sugiarto, A. (2026). Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk , dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Indomie. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(1), 551–564.
- Handayani, N., & Sutawijaya, A. H. (2024). Impact of Product Quality and Brand

- Image On Purchase Decision for LGN SHOP Fashion Products. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(4), 1413–1426. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i4.2436>
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In *Antimicrobial Agents and Chemotherapy* (Vol. 58, Issue 12).
- Hariyanti, N. T., Tri, E., Rudijanto, D., & Siswanto, E. (2023). Effect of Perceived Price and Brand Image on Purchase Decision through Customer Satisfaction , a Study on Azarine Buyers in Malang City. *Journal of Business Management and Economic Development*, 1(02), 291–297.
- Harnovinsah, H., & Permana, E. (2024). The Effect of Online Customer Review, Service Quality, Promotion and Electronic Word of Mouth on Purchase Decisions on the Shopee Marketplace. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 5(3), 1409–1417. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v5i3.3069>
- Hartono, N. W., & Sulistyowati, M. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel di Surakarta. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 1–9.
- Harun, A., & Paludi, S. (2025). Product Quality, Price Perception, and Brand Image on Purchase Decision. *Journal of Management and Leadership*, 8(1), 1–11. <https://doi.org/10.47970/jml.v8i1.848>
- Hasmawati, N., Nujum, S., & Hasan, S. (2024). Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk , Harga Produk dan Promosi Iphone Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Masyarakat Kota Makassar. *Journal Of Social Science Research*, 4, 5355–5371.
- Hertina, D., & Wulandari, D. (2022). Pengaruh harga, kualitas produk dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4, 2022. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Isnaini, M., Afgani, M. W., Al Haqqi, & Azhari, I. (2025). Teknik Analisis Data Uji Normalitas. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(2), 1377–1384.
- Iswanto, S. D., & Wibowo, T. S. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Sskincare MS Glow Pada Konsumen MS Glow Desa Barengkrajan Krian, Sidoarjo. *Journal of Sustainability Business Research*.
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Kaitlyn, & Haldy, M. (2026). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kualitas Produk, dan E-

- WOM terhadap Keputusan Pembelian Produk Y.O.U di Shopee. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(3), 1–12. <https://doi.org/10.32877/eb.v8i3.3602>
- Kapirossi, B., & Probowo, R. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian ( Studi di Antariksa Kopi Semarang ). *Journal of Economics and Business*, 7(25), 66–73. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.929>
- Katadata. (2025). 5 Wilayah dengan Pengeluaran Produk Kecantikan Tertinggi Tingkat Nasional. 1 Agustus. <https://databoks.katadata.co.id/publikasi/2024/09/23/splash-industry-snapshot-kilau-industri-kecantikan>
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management*. Pearson Education.
- Khairunnisa, N., & Nurafiah, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk MS Glow (Studi Kasus Customer MS Glow di Kota Bekasi). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management*. Pearson Education Limited.
- Kumparan. (2022). *Produk MS Glow bisa digunakan untuk usia remaja*. <https://kumparan.com/kabar-harian/produk-ms-glow-bisa-digunakan-untuk-usia-berapa-tahun-1xIGMTTCG90h/4>
- Kurniawan, M. F. D. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi, dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [*Canarium Indicum L.*]). *Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 335. <https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/barekeng/article/view/1872>
- Marpaung, F. K., Arnold S, Markus Willy Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada PT. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 131–143.
- Muharam, I. F., & Oswari, T. (2025). ProBisnis : Jurnal Manajemen Pengaruh Citra Merek , Persepsi Harga , Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Peran Minat Beli Pada Produk Sabun Cuci Muka Garnier Men. *Jurnal Manajemen*, 16(1), 57–65.
- Mulyana, D., Prianto, A., Desi, M., & Setyaningrum, R. P. (2023). The Effect Of

Brand Image and Product Quality on Consumer Purchase Decisions On “Skincare INE” Cosmetic Products at the Cikarang Skin Center Mediated by Word of Mouth. *Jurnal Ekonomi*, 12(03), 334–339.

Mutiara, C. (2025). YUME : Journal of Management Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow Batam. In *YUME : Journal of Management* (Vol. 8, Issue 1).

Nikmah, M. (2023). Bagaimana price perception , brand image , dan service quality mempengaruhi consumer buying interest?: Empirical study. *Jurnal Implementasi Manajemen & Kewirausahaan*, 3(1), 1–17.

Novika, O. :, Ratuliu, J., Agung Pratama, M., & Adistya, D. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow. *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 3(1).

Nugraha, A. Y., Ika, N., & Wardani, K. (2023). The Effect of Product Differentiation and Electronic Word of Mouth ( E-Wom ) on Consumer Purchasing Decisions of the Richeese Factory in Surabaya City. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 3(4), 967–980.

Nugroho, A., & Soliha, E. (2024). Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Kecantikan: Peran Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Dan Celebrity Endorsement. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 7(1), 226–242. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1348>

Oen, H. A., Amrulloh, R. A., & Diany, A. A. (2025). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Local Brand Erigo Pada Platform Marketplace Shopee Di kalangan Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia Banjarmasin. *Journal of Economics and Financial*, 7(2), 1181–1196. <https://doi.org/10.32877/ef.v7i2.2508>

Pahmi. (2024). *Kualitas Produk dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*. PT. Nas Media Indonesia.

Pane, D. N., Fikri, M. E. F., & Anggara, B. (2020). Pengaruh Produk dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Pada Produk Daging di PT. Trans Retail Indonesia Store Carrefour Medan Citra Padang Bulan). *Jurnal Manajemen Tools*, 12(2), 1–13.

Pitino, Y., & Susanti, N. (2024). Pengaruh Persepsi Harga , Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Belikopi di Merr Pandugo Surabaya ( The Influence of Price Perception , Brand Image and Promotion on Purchase Decisions for Belikopi Products at Merr Pandugo Surabaya ). *Jurnal Studi Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 3(2), 131–142.

Prabowo, Rokh Eddy Indriyaningrum, K., & Setyani, A. D. (2020). Pengaruh Citra

Merek, Persepsi Harga, dan Kualiatas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olah Raga Merek Adidas. *Jurnal Majalah Ilmiah Solusi*, 18(4), 121–132.

- Pradiva, P., Salain, P., Agus, P., Rismawan, E., Komang, N., & Antari, M. (2021). I Gede Rihayana, Putu Pradiva Putra Salain, Putu Agus Eka Rismawan and Ni Komang Mega Antari Departement of Management Universitas Mahasaraswati Denpasar, Indonesia <http://doi.org/10.35409/IJBMER.2021.3345>. *International Journal of Business Management and Economic Review*, 4(06), 342–350.
- Pratama, N. D. (2023). Analisis Citra Merek , Kualitas Produk , dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Onik Kopi Store di Rembang Kota. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 9(2), 233–241.
- Puspa, S. D., Riyono, J., & Puspitasari, F. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemahaman Konsep Matematis Mahasiswa dalam Pembelajaran Jarak Jauh Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Cendekia : Jurnal Pendidikan Matematika*, 5(1), 302–320. <https://doi.org/10.31004/cendekia.v5i1.533>
- Rabiatul Abdawiyah Harahap, Supaino, S.E., M. S. . (2022). Pengaruh Halal Lifestyle, Social Media, dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Sskincarae MS Glow. *Jurnal Nasional Sosial Dan Engineering*.
- Ridwan. (2024). Price Perception and Brand Affect Purchase Decision. *Jurnal Siber Nusantara Research*, 1(1), 24–29.
- Rijal, K., & Made Sukresna, I. (2024). The Effect of Price Perception, Product Reviews, and Product Appearance on Purchasing Decisions. *Jurnal Research Horizon*.
- Rohmah, Z., & Sukaris. (2024). Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian Wardah kosmetik. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 7(1), 37–48.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
- Saputri, E. R., Kusumadewi, H., & Saputra, R. G. (2022). Brand Image, Product Quality, Price, Dan Interest Buying Pada Ms Glow. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 6(3), 292–304. <https://doi.org/10.26460/md.v6i3.13583>
- Satria, E. (2023). Keputusan Pembelian Yang Ditinjau Dari Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualiatas Produk (Studi Kasus Pada Toko Bangunan Berkah Desa Lempur Danau). *Journal Al-Dzahab*, 4(2), 1–4.
- Setyaningsih, S., Faisal, N. Z., Lucahya, A., & Janah, N. (2025). Hubungan Antara Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen di Kopi Tuku : Studi

- Akuntansi Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 3(2).
- Shopee. (2026). *Glad2Glow Cerah Glowing Bundle 4in1 Brightening*. <https://shopee.co.id/Glad2Glow-Cerah-Glowing-Bundle-4in1-Brightening-Moisturizer-Serum-Cleanser-toner-Peeling-solution-Retinol-10-Niacinamide-skincare-paket-pembersih-perawatan-kulit-mencerahkan-warna-kulit-pelembab-wajah-g2glow-official-store-i.809769142>
- Shopee. (2026). *MS Glow New Series Package Brightening Set 4pcs*. [https://shopee.co.id/MS-GLOW-NEW-SERIES-PACKAGE-FREE-DTE-MINI-i.241572609.27214448744?extraParams=%7B%22display\\_model\\_id%22%3A233337493734%2C%22model\\_selection\\_logic%22%3A3%7D](https://shopee.co.id/MS-GLOW-NEW-SERIES-PACKAGE-FREE-DTE-MINI-i.241572609.27214448744?extraParams=%7B%22display_model_id%22%3A233337493734%2C%22model_selection_logic%22%3A3%7D)
- Shopee. (2026). *Penilaian Konsumen Produk MS Glow Shopee 2026*. <https://shopee.co.id/mall/search?keyword=set&shop=809769142>
- Shopee. (2026). *Special Package Hanasui Double Expert Glow Better Set 4 pcs Power Bright Expert Serum Real 10 Advance Nianicinamide*. [https://shopee.co.id/-Special-Package-Hanasui-Double-Expert-Glow-Better-Set-4-pcs-Power-Bright-Expert-Serum-Real-10-Advance-Nianicinamide-Menyamarkan-Bintik-Hitam-Bekas-Jerawat-New-Improved-Formula-i.129681299.29068793582?extraParams=%7B%22display\\_model\\_i](https://shopee.co.id/-Special-Package-Hanasui-Double-Expert-Glow-Better-Set-4-pcs-Power-Bright-Expert-Serum-Real-10-Advance-Nianicinamide-Menyamarkan-Bintik-Hitam-Bekas-Jerawat-New-Improved-Formula-i.129681299.29068793582?extraParams=%7B%22display_model_i)
- Shopee. (2026). *Wardah Paket 4 pcs Skincare Solusi Masalah Kulit Brightening Glow Repair Barrier Anti Wrinkle-Firm Lift-Strong-Barrier-Acne Solver Facial Wash Moisturizer Serum UV Shield Sunscreen Skincare*. <https://shopee.co.id/WARDAH-Paket-4-pcs-Skincare-Solusi-Masalah-Kulit-Brightening-Glow-Repair-Barrier-Anti-Wrinkle-Firm-Lift-Strong-Barrier-Acne-Solver-Facial-Wash-Moisturizer-Serum-UV-Shield-Sunscreen-Skincare-i.59763733.28806513083?extraParams=%7B%22dis>
- Sihotang, H. (2023). *Metode penelitian kuantitatif*. UKI Press.
- Silitonga, S., & Haris, D. (2025). Pengaruh Model Pembelajaran Missouri Mathematics Project (MMP) Terhadap Kemampuan Pemecahan Masalah Matematis Siswa Kelas X SMAS GKPI PADANG BULAN. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 2(1), 72–86. <https://doi.org/10.22202/economica.2017.v6.i1.1941>
- Statista. (2024). *Beauty and personal care e-commerce*. <https://www.statista.com/topics/10371/beauty-and-personal-care-e-commerce-worldwide/#topicOverview>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Suhendra, D., Curatman, A., & Romdonny, J. (2026). Pengaruh Persepsi Harga dan

Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Ulang Jasa Kontruksi PT Amel Indah Abadi dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 7(1), 554–569. <https://doi.org/10.47467/elmal.v7i1.10860>

Sulistyawati, B. S., Istiqomah, F. N., Mustofa, H., & Diski, K. M. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian : Studi Kasus Konsumen Wardah Cosmetics Surakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 770–778.

Tecoalu, M., & Tj, H. W. (2021). The Effect of Price Perception and Brand Awareness on Service Quality Mediated by Purchasing Decisions (Study Case on PT. Maybank Indonesia Finance Credit Products). *Journal of Humanities, Social Science, Public Administration and Management*, 1(4), 183–195.

Ubaidillah, M. R. S. Al, Shalah, M. J. F., & Yasin, M. (2024). UMKM dan E-Commerce Pada Teknologi. *MENAWAN : Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 2(5), 07–11. <https://doi.org/10.61132/menawan.v2i5.757>

Vitara, A. F., & Sari, P. N. (2024). Enhancing Purchase Decisions: The Role of E-WOM, Online Customer Review, and Free Shipping Promotion. *Journal of Economics and Business Research (JUEBIR)*, 3(1), 67–80. <https://doi.org/10.22515/juebir.v3i1.9150>

Wahyudi, D., Idris, J., & Abidin, Z. (2023). Tren Dan Isu Penelitian Uji-T dan Chi Kuadrat Dalam Bidang Pendidikan. *Jurnal of Mathematics Education*, 4(2), 182–196.

Wardhana, A. (2022). *Brand Marketing: The art of Branding*. Media Sains Indonesia.

Widyana, S. F., Kintani, N., Prodi, P., & Pemasaran, M. (2022). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 12(September), 1–13.