

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179–188.
- Agustina, R. Y., Muharam, H., Irawan, T. T., & Gusniawan, R. I. (2025). PENGARUH PROMOSI ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOSMETIK EMINA DI SHOPEE. *JURNAL MANAJEMEN PRATAMA*, 2(3).
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Cetakan ke-15). Rineka Cipta.
- Asroriyah, T. (2025). *Brand Trust Memediasi Pengaruh Brand Image dan Product Quality Terhadap Repurchase Intention pada Produk Skintific di Surabaya* [Skripsi, STIA dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati Surabaya].
- BPS Provinsi DKI Jakarta. (2022). Jumlah Sekolah, Guru, dan Murid Sekolah Menengah Atas (SMA) di Bawah Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta, 2021. Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta.
- Ditjen IKMA Kemenperin. (2025, 19 Februari). Kemenperin Gadang Potensi Industri Kosmetik Semakin Gemilang. Ditjen IKMA Kementerian Perindustrian.
- Dewi, B. S. A., Suardana, I. M., & Satriawan, S. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina: (Studi Kasus Pada Mahasiswi Di Kota Mataram). *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 45-53.
- Elyati, E., Idi, A., & Samiha, Y. T. (2022). Sekolah/Madrasah Sebagai Organisasi. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 11(001), 173-190.
- Fahmi, I. (2021). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepuasan Pelanggan: Citra Merek, Lokasi Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(5), 565-572.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (11th ed.). McGraw-Hill Irwin.
- Ihsani, A. N. N., Agustin, E. W., Marwiyah, M., Astuti, W. P., & Mauliddina, W. P. (2023). Peningkatan pengetahuan dan keterampilan tata rias wajah pesta untuk remaja putri. *Surya Abdimas*, 7(1), 167-176.
- Irwanto, M. R., & Subroto, W. T. (2022). Pengaruh kepuasan konsumen dan promosi terhadap Niat Pembelian Ulang konsumen *shopee* saat pandemi: Indonesia. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(2), 289-302.
- Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah. (2026). Sekolah Kita: SMAN 54 Jakarta. Direktorat Jenderal Pendidikan Anak Usia Dini, Pendidikan Dasar, dan Pendidikan Menengah.

- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed., Global ed.). Pearson.
- Muti, L. F., & Rokhman, W. (2026). PENGARUH *EMOTIONAL BRANDING*, *PERCEIVED AUTHENTICITY*, DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PRODUK OLAHAN PARIJOTO. *Jurnal Bina Manajemen*, 14(2).
- Nasution, H. F. (2016). Instrumen Penelitian dan Urgensinya dalam Penelitian Kuantitatif. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, 4(1), 59–75.
- Nurhasanah, S., Yohana, C., & Monoarfa, T. A. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Pembelian Ulang Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Jasa Layanan Logistik). *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(3), 738-749.
- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). Faktor-faktor yang Memengaruhi Pembelian Ulang: Promosi, Harga dan Produk (*literature review* perilaku konsumen). *Jurnal ilmu manajemen terapan*, 3(5), 469-478.
- Putra, R. S., & Kadarusman, Y. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Kedai Kopi Kama Petukangan Selatan Jakarta Selatan. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 1(4), 1238-1248.
- Rahayu, S., & Afrilliana, N. (2021). *Buku Ajar Perilaku Konsumen*. CV. Penerbit Anugrah Jaya.
- Retnawati, H. (2017). Teknik Pengambilan Sampel. Yogyakarta: Parama Publishing.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan populasi dan sampel: Pendekatan metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721-2731.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi: Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional*. Alfabeta.
- Suratmanto, B., Dri Handarkho, Y., & Raharjo Emanuel, A. W. (2025). *The Influence of Gamification on Repurchase Intention at E-Marketplace from a Habit Perspective*. *Journal of Information and Organizational Sciences*, 49(1), 53-67.
- Sutisna, I. (2020). Analisis Data Penelitian Kualitatif. Gorontalo: Universitas Negeri Gorontalo.
- Sutriman, F. T. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Klinik Kecantikan Oriskin Cabang Kalibata [Skripsi, Universitas Negeri Jakarta].

- Tajudinnur, M., Fazriansyah, F., Ferdian, R., Iskandar, I., & Ilham, I. (2022). Pengaruh harga, Kualitas Produk dan pemasaran digital terhadap Niat Pembelian Ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. *Sebatik*, 26(2), 673-687.
- Tambunan, D., Harefa, M. H., Wibowo, M. C., Vientiany, D., & Hassim, A. A. (2025). *Driving Repurchase Intention in E-Commerce: The Synergistic Role of Promotional Innovation and User Experience among Lazada Consumers*. *Journal of Business Integration Competitive*, 2(1), 31-39.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Kepuasan Pelanggan: Konsep, Pengukuran, & Strategi*. Penerbit ANDI.
- Walker, O. C., Jr., & Mullins, J. W. (2014). *Marketing Strategy: A Decision-Focused Approach (8th international ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Widanti, A., Abdillah, W., & Murni, T. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap Niat Pembelian Ulang pada konsumen Hypermart. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2), 172-186.
- Yosimeida, D. (2015). Pelatihan *corrective make up* dalam meningkatkan keterampilan merias wajah korektif pada tim *cheerleaders* di SMAN 1 Surabaya. *Jurnal Tata Rias*.