

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I., Czasch, C., & Flood, M. G. (2009). *From intentions to behavior: Implementation intention, commitment, and conscientiousness 1*. *Journal of applied social psychology*, 39(6), 1356-1372.
- Ajzen, I., Fishbein, M., Commission, F. T., & Communications, W. (1988). *Theory of Planned Behavior, Masihkah Relevan?*. 1–26.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Aprilia, W., Harmain, H. & Jannah, N. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Sertifikat Halal Dan Keputusan Pembelian Terhadap Permintaan Produk Hand Body Lotion Citra (Studi Kasus : Pada Masyarakat Kelurahan Dwikora, Kecamatan Medan Helvetia)*. *Jurnal Manajemen Akutansi (JUMSI)* 3(1), 698-706.
- Ardhianti, D., Kusuma, P. J., & Nuswantoro, U. D. (2023). *Pengaruh Harga Produk , Kualitas Produk , Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Ulang (Body Scrub Scarlett Di Aplikasi Shopee)*. 12(4), 950–962.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asy'ari, A., H. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Price fairness, Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Merek Samsung di Banjarmasin*. 8(1), 1–13.
- Burhanuddin, Y. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, & Fadhilah, M. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea*. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 4(1), 176–188.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi*

Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Edisi 2. Universitas Diponegoro Semarang.

Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial.* Yogyakarta: Trussmedia Grafika.

<https://shopee.co.id/Herborist-Lulur-Bali-Tradisional-100gr-200grHerborisLulur-Bali-i.273152776.10222137197>.

https://shopee.co.id/%E2%9D%A4-BELIA-%E2%9D%A4-Herborist-Lulur-And-Body-Scrub-200g-BPOM-i.48382819.4036581031?sp_atk=79c20d7a-dd4d-4179-8f6c-253468d6c561&xptdk.

<https://shopee.co.id/%E2%9D%A4-BELIA-%E2%9D%A4-Herborist-Lulur-And-Body-Scrub-200g-BPOM-i.48382819.4036581031?sp>.

Hulu, E., Mendrofa, Y. & Kakisina, S. M. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT.INDOMACRO ADI PRIMA Cabang Medan Stock Point Nias Kota Gunungsitoli.* 6(4), 106-115

Indah, D. R., Afalia, I., & Maulida, Z. (2020). *Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Vaseline (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra).* 11(28), 83–94.

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan.* Surabaya: Unitomo Press. 101-104

Indrawijaya, S. (2012). *Pengaruh kualitas produk dan word of mouth terhadap keputusan konsumen dalam pembelian roti manis pada industri kecil di kabupaten sarolangun.* *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 1(3), 193-208.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran edisi 13 jilid 1.* Jakarta: Airlangga.

- Kotler, P., & Armstrong. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P. & Keller, K., L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 14. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P. & Keller, K., L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education. Fifteenth Edition.
- Khoirunnisa, S., Syarief, N., & Supriadi, Y. N. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Nivea*. Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management, 2(1), 240-259.
- Lestari, D. P., & Widjanarko, W. (2023). *Pengaruh citra merek, persepsi harga dan e-word of mouth terhadap keputusan pembelian produk fashion Jiniso. id di marketplace shopee*. Jurnal Economina, 2(3), 753-765.
- Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2017). *Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan*. Jurnal Ilmu Manajemen, 5(1), 15–24.
- Malau. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Salsabila, P. & Nurhadi. (2022). *Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek pada produk Hand & Body Lotion Nivea: (Studi kasus pada pengguna Hand & Body Lotion Nivea di wilayah Gresik)*. 6(1), 184-198.
- Sasono, E., Sopi, S., Nafiah, Z., & Widiyasari, D. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Oemah Herborist*. Solusi: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi, 21(2), 166-179.
- Setiadi, Nugroho J. (2013). *Perilaku Konsumen*. Penerbit : Kencana, Jakarta.

- Setiyana, Y., & Widyasari, S. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek dan Gaya Hidup terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Honda Vario (Studi Pada Dealer CM Jaya Kota Rembang)*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan Metode R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Edisi Kedua. Bandung: Alfabeta.
- Suparyanto, R., & Rosad, S. E. M. M. (2015). *Manajemen pemasaran*. Bogor: In Media.
- Syariful Anam, M., Nadila D., L., Anindita, T., A. & Rosia, R. (2021). *Pengaruh kualitas produk, harga dan brand image terhadap keputusan pembelian produk hand and body lotion merek citra*. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah IAIN: Salatiga*, 4(1), 120-136.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran strategik: mengupas pemasaran strategik, branding strategik, customer satisfaction, strategi kompetitif hingga emarketing (ketiga)*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Veronica, M. (2020). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Ban dalam Mobil Merek Grand Prix pada CV Trijaya Sukses di Pontianak*. *BIS-MA (Bisnis Manajemen)*, 5(5), 951-962.