

## DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, Y., & Andarini, S. (2023). Pengaruh Product Quality dan Kepercayaan merek terhadap *Repurchase Intention* Melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Produk Kecantikan Merek Somethinc. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 3193–3205. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3649>
- Ainul Mufidah, S. N. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kaulitatif dan kombinasi*. (S. M. Ns. Arif Munandar, Red.) Bandung: CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Ananda, A. N. (2021). Pengaruh Kualitas produk terhadap Minat beli ulang nature republic.
- Anisa Nurul Ananda, nuslih jamiat, S.E., M.M. (2021). Pengaruh Kualitas produk Terhadap Minat beli ulang Nature Republic. *E-Proceeding of Management*, 10.
- Astuti, C. W. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Kepercayaan merek Terhadap Minat beli ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Advances*, 36.
- Astuti Fadli, S. R., Ibrahim, R., Rizky Hatu, D. R., & Sosiologi, J. (2023). Gaya Hidup Mahasiswi Konsumtif Dalam Penggunaan Produk Kecantikan Pada Mahasiswi Universitas Negeri Gorontalo. *SOSIOLOGI: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 41–49.
- Anwar, R. N., & Wardani, F. A. (2021). Pengaruh Kualitas produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat beli ulang Produk Scarlett Di E-Commerce Shopee. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(6), 1370-1379.
- Bahrudin, Endri Sentosa. (2023). Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk dan Kualitas produk terhadap volume penjualan produk di foodmart supermarket atrium senen. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA>, 10.
- Budiaji, W. (u.d.). Skala pengukuran dan jumlah respon skala likert. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan*. Astuti, C. W. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Kepercayaan merek Terhadap Minat beli ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Journal of Advances in Digital Business*

and *Entrepreneurship*, 01(02), 33–49.

- Saputra, R. Y. B., & Lusia, A. (2023). Pengaruh Merek Loyalty, Kepercayaan merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Paket Data Tri Di Solo Raya. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 6(2), 71–82.  
<https://doi.org/10.25134/ijsm.v6i2.7900>
- Shaharudin, M. R., Mansor, S. W., & Elias, S. J. (2011). Food Quality Attributes Among Malaysia's Fastfood Customer. *International Business and Management Journal*, 2(1), 198-208
- Sunyoto, L. I., & Dewantara, Y. F. (2021). Pengaruh Kualitas produk Terhadap Minat beli ulang di Union Deli Grand Indonesia. *Jurnal FAME: Journal Food and Beverage, Product, and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*, 4(2), 1–7. [www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id),
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). The chain of effects from Kepercayaan merek and Merek affect to Merek performance: the role of Merek loyalty. *Journal of marketing*, 65(2), 81-93.
- Cindy Novita Chandra, D. S. (2023). Digital marketing communication of. *JURNAL STUDI KOMUNIKASI*.
- compas.com. (den 20 februari 2024). Industri Kosmetik Nasional Tumbuh Fenomenal, Pemerintah Dorong Hasilkan Produk Berdaya Saing Global.
- Congratulations, Somethinc Berhasil Memimpin pasar skincare lokal*. (n.d.). Clozette Indonesia. Retrieved July 11, 2024, from <https://www.clozette.co.id/article/page/congratulations-Somethinc-berhasil-memimpin-pasar-skincare-lokal-2997>
- Dam Tri Cuong. (2020). Influence of Kepercayaan merek, perceived value on Merek preference and *repurchase intention*. *ResearchGate*, 11.
- Devina Dalilati Prabarini,sumiati,margono setiawan. (2022). Product quality, reference group, convenience and its effect on the *repurchase intentionss* of janji jiwa Merek coffe: A mediating role of satisfaction. *Research in Business & Social Science*, 10.

- Dezila, R. (2022). Pengaruh Kualitas produk dan citra merek secondate beauty terhadap Minat beli ulang konsumen.
- Dr. Drs. Ngatno, M. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: EF Press Digimedia.
- Felicia Hanslim, H. P. (2020). The Influence of Perceived Quality on Product Purchase. *Journal of Communication Studies*, 14.
- Firdausi, F. (2021). Pengaruh Kualitas produk Dan Harga Terhadap Minat. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*.
- Firdausi, F. (u.d.). Pengaruh Kualitas produk dan harga terhadap Minat beli ulang produk syahu haleeb.
- Girsang, N. M. (2020). The effect of Merek image and product quality on re-purchase ingtention with cusomer satisfaction as intervening variables in consumer of skincare oriflame user. *European journal of management and marketing studies*, 43-44.
- guritno, A. D. (2021). The Effect of Product Quality, Merek Image, and halal labeling on purchase decision with purchase intention as intervening variables. *Annual International Conference*, 16.
- Guritno, A. D. (2021). The Effect of Product Quality, Merek Image, and Halal Labeling on Purchase Decisions with Purchase Intentions as Intervening Variables. *Annual International Conference*.
- Astuti, C. W. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Kepercayaan merek Terhadap Minat beli ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Journal of Advances in Digital Business and Entrepreneurship*, 01(02), 33–49.
- Saputra, R. Y. B., & Lusia, A. (2023). Pengaruh Merek Loyalty, Kepercayaan merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Paket Data Tri Di Solo Raya. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 6(2), 71–82.  
<https://doi.org/10.25134/ijsm.v6i2.7900>
- Sunyoto, L. I., & Dewantara, Y. F. (2021). Pengaruh Kualitas produk Terhadap Minat beli ulang di Union Deli Grand Indonesia. *Jurnal FAME: Journal Food and*

*Beverage, Product, and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*, 4(2), 1–7. [www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id),

kusumadewi, N. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat beli ulang Pada Official Store Scarlett Di Shopee dan Tokopedia.

Kusumawati, S. N. (2023). The Influence Of Kepercayaan merek, Product Quality, Price And Social Media Marketing On Interest To *Repurchase* Wardah . *Jurnal Ekonomi*.

Lenny Meitha Wulur, T. M. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan merek terhadap pelanggan kepuasan dan loyalitas pelanggan rumah sakit pertamina. *Jurnal Internasional Penelitian Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (IJEBAAR)*, 74.

Lenny Meitha Wulur, Theresia Militina, Gusti Noorlitaria Achmad. (2020). Effect Of Service Quality And Kepercayaan merek On Customer Loyalty Pertamina Hospital Balikpapan. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAAR)*, 12.

lina, R. (2023). Pengaruh Kualitas produk,harga dan promosi terhadap keputusan pembelian product Somethinc. *jurnal ilmu dan riset manajemenn*, 25.

Nitasri murawaty girsang, Endang sulistya rini,Parapat gultom. (2020). The Effect Of Merek Image And Product Quality On Re-Purchase As Intervening Variables In Consumers Of Skincare Oriflame Users-A Study,On Students Of North Sumatra University, Faculty Of Economics And Business. *European Journal Of Management And Marketing Studies*, 2018.

Ns.Arif Munandar, S.Kep., M.Kep. (2022). *Metedologi Penelitian Kuantitatif,Kualitatif Dan Kombinasi*. Melong Asih Regency B40 - Cijerah - Kota Bandung - Jawa Barat: CV. MEDIA SAINS INDONESIA.

pahlevi, R. (den 04 09 2022). Preferensi Responden dalam Memilih Merek Kosmetik. *Survei: 54% Konsumen Kosmetik Lebih Pilih Merek Lokal*.

Rahmanda, F., & Farida, N. (2021). Pengaruh Merek Image Dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Dengan Kepercayaan merek Sebagai Variabel

Intervening Pada J. Co Donuts & Coffee Paragon Mall Dan Java Supermall  
Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 866-878.

Raden Desvan Arya Megantara, AMA Suyanto. (2023). Analisis Pengaruh Merek Awareness, Merek Image dan Kepercayaan merek Terhadap . *e-Proceeding of Management*, 11.

republik, K. k. (den 3 februari 2024). Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy.

Republika. (den 30 April 2024). BPOM: Industri Kecantikan Meningkatkan 21,9 Persen dalam Setahun.

Sitompul, S. C. (2020). *Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada Warga Bekasi Barat)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia).

Salsabila, C. (2022). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat beli ulang Produk Somethinc. *urnal Manajemen Sumber Daya Manusia*.

Saputri, A. D. (2021). The Effect of Product Quality, Merek Image, and halal labeling on purchase intention as intervening variables. *Annual International Conference*.

Sri Rahayu, Lusia Wulandari Sutejo, Safina Yudhitia ramadani. (u.d.). Analisis Pengaruh Kepercayaan merek dan Desain Produk dalam meningkatkan keputusan pembelian pada toko miniso passific mall tegal. 15.

Toto Suwarsa, S. A.-A. (2021). Pengaruh pajak restoran dan pajak hotel terhadap pendapatan asli daerah kota padangsidempuan. *JURNAL AKUNTANSI*.

Toto Suwarsa, SE., Ak., MM.- Aicha Rahmadani Hasibuan. (2021). Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020. *Jurnal akuntansi*, 19.

Weksi Budiaji. (2013). SKALA PENGUKURAN DAN JUMLAH RESPON SKALA LIKERT. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan*, 7.

- Wijaya, P. S. M., & Teguh, C. (2012). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli di online shop spesialis guess. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 147-160.
- Zohaib Ahmed. (2023). Service recovery performance and *Repurchase* intention: the mediation effect of service quality at KFC. *Journal of Hospitality and Tourism insight*, 21.
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan noach cafe and bistro. *Agora*, 7(2).
- Ihsan, M. N., & Sutedjo, B. (2022, January). Pengaruh Merek image dan Kepercayaan merek terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya terhadap Minat beli ulang. In *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* (Vol. 24, No. 1, pp. 170-176).
- Yosiana, S. K. (2023, December 15). Keunggulan Produk Somethinc menjadi “top Merek.” *Kompasiana.Com*. <https://www.kompasiana.com/sastikristin9055/657c629ac57afb5195418a94/keunggulan-produk-Somethinc-menjadi-top-bra>
- Yadewani, D., & Wijaya, R. (2017). Pengaruh e-Commerce terhadap minat berwirausaha. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(1), 64-69.
- Gewati, M. (2024, February 20). Industri Kosmetik Nasional Tumbuh Fenomenal, Pemerintah Dorong hasilkan Produk Berdaya Saing Global. *Kompas.Com*. <https://money.kompas.com/read/2024/02/20/211327326/industri-kosmetik-nasional-tumbuh-fenomenal-pemerintah-dorong-hasilkan-produk>
- Waluyo, K. / C. A. (n.d.). Demi kebutuhan penampilan, Industri Kecantikan terus meningkat. *Kontan.Co.Id*. Retrieved July 9, 2024, from [https://images.kontan.co.id/photo\\_story/1630/Demi+Kebutuhan+Penampilan%2C+Industri+Kecantikan+Terus+Meningkat](https://images.kontan.co.id/photo_story/1630/Demi+Kebutuhan+Penampilan%2C+Industri+Kecantikan+Terus+Meningkat)
- Putra, E. P. (2024, April 30). BPOM: Industri Kecantikan Meningkatkan 21,9 Persen dalam Setahun. *RepublikaOnline*. <https://news.republika.co.id/berita/scq3vh484/bpom-industri-kecantikan-meningkat-219-persen-dalam-setahun>
- Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy*. (n.d.).

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. Retrieved July 9, 2024, from <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung-penguatan-blue-economy>

*Indonesia.go.id.* (n.d.). Kinclong Industri Kosmetik Tanah Air. Retrieved July 9, 2024, from <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/7984/kinclong-industri-kosmetik-tanah-air?lang=1>