

DAFTAR PUSTAKA

- Alvarez, D. M., & Rubiyanti, R. N. (2021). *Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian* (Vol. 8).
- Ariadi, A., Meina, Y. W., & Rifani, A. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Brand Loyalty, Perceived Quality, Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7, 252-268.
- Chandra, C., & Keni. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, dan Brand Loyalty Terhadap Customer Purchase Decision. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 3, 176-185.
- Dwiyanti, E., Qomariah, N., & Tyas, W. M. (2018). Pengaruh Persepsi Kualitas, Nama Merek, dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 8, 148-163.
- Firnandi, A. G., & Samiono, B. E. (2019). Pengaruh Perceived Value dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Word Of Mouth Smartphone Lokal dan Smartphone Cina di Wilayah Jadetabek. *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Syariah*, 7, 1-19.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponegoro.
- Kensiwi, N., Rachma, N., & Khoirul ABS, M. (2020). Analisis Pengaruh Brand Awareness dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *e-Jurnal Riset Manajemen*, 9, 218-230.
- Khoris, W. H., & Suhendry, W. (2022). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Buku Tulis Sinar Dunia Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Pontianak. *Jurnal Ekonomi Bisnis OBIS*, 3, 29-39.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). (B. Sabran, Penerj.) Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2011). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). (B. Sarsan, Penerj.) Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Managemenet* (14 ed.). New Jersey: Prentice-Hall Published.

- Lutfi, F. Z., & Baehaqi, M. (2022). Pengaruh Healty Lifestyle, Perceived Quality dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Jenis Roadbike Merk Polygon. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4, 462-478.
- Mukaromah, A. L., Kusuma, E. T., & Anggraeni, P. N. (2019). The Effect of Green Marketing, Brand Awareness and Price Perception on Purchase Decision. *International Journal of Applied Business & International Management*, 4, 73-83.
- Munica, C. M., & Rachmi, A. (2017). Pengaruh Brand Awareness dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum. *JAB (Jurnal Aplikasi Bisnis)*, 3, 232-237.
- Najib, M. A., Soesanto, H., & Sukresna, I. (2016). Analisis Pengaruh Brand Awareness dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 15, 62-73.
- Nggilu, M., Tumbel, A., & Djemly, W. (2019). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Manado. *Jurnal EMBA*, 7, 2691-2700.
- Nihlah, Z., Latuihamallo, D., Susanty, A., & Purwaningsih, R. (2018). Analisis Pengaruh Perceived Value, Citra Merek, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Dengan Word Of Mouth Sebagai Variabel Moderasi. *Seminar Nasional IENACO*, 426-469.
- Octaviaah, L. (2019). Brand Awareness dan Perceived Quality Sebagai Penentu Keputusan Pembelian Ikan Kaleng Mackarel ABC. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7, 1087-1094.
- Peter, & Olson. (2013). *Perilaku Konsumen Dan Manajemen Pemasaran* (9 ed.). (D. T. Dwiandani, Penerj.) Jakarta: Salemba Empat.
- Philip, K., & Amstrong, G. (2012). *Principless Of Marketing* (14 ed.). New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Priansa, D. J. (2016). Pengaruh E-Wom dan Persepsi Nilai terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja di Lazada. *Ecodemica*, 4, 117-124.
- Putri, I. D., & Fadilla, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas, Persepsi Nilai Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Halal Network Internasional (HNI) PT. Herbal Penawar Alwahida Indonesia (HPAI). *Jurnal Ilmiah Manajemen FORKAMMA*, 5, 128-137.

- Putri, R. M., & Istiyanto, B. (2021). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening* (Vol. 4).
- Putri, S. L., & Deniza, M. P. (2018). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chiken Nugget Fiesta di Kota Bandung. *Jurnal Agrica*, 11, 70-78.
- Putri, T. A., Marwan, & Rahmidani, R. (2018). Pengaruh Brand Awareness dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik La Tulipe di Kota Bandung. *EcoGen*, 1, 734-743.
- Rahman, S., & Supranto, J. (2019). Analysis Of Effect Of Brand Equity on the Purchasing Decision of Oppo Smartphone in Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Manajemen PROCURATIO*, 7, 67-82.
- Santy, R. D., & Atika, S. D. (2020). Purchasing Decisions in Terms of Perceived Quality and Product Knowledge. *International Conference on Business, Economic, Social Science, and Humanities Economics, Business and Management Track*, 112, 94-99.
- Sari, D. K. (2021). Analisis Pengaruh Quality Function Deployment, Elastisitas Harga, dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha. *UBHARA Management Journal*, 1, 351-359.
- Sartono, G., Susanti, R., & Lamidi. (2018). Pengaruh Perceived Quality, Inovasi, Kelompok Referensi, dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sepak Bola Merek Nike. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 18, 429-440.
- Satria, R. A., Suharyono, & Alfisyahr, R. (2017). Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4, 210-216.
- Satriawan, K. A., & Setiawan, P. Y. (2020). The Role of Purchase Intention in Mediating The Effect of Perceived Price and Perceived Quality on Purchase Decision. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences*, 7, 38-49.
- Sirait, S. K., & Sisnuhadi. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial, Celebrity Endorser, dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 16, 45-56.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: C.V Alfabeta.

Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Bayumedia Publshing.

Yuliana, Y., & Mardi, P. G. (2018). Pengaruh Perceived Quality dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Sim Card. *Porsiding Seminar Nasional*, 306-312.

Data Penjualan Kosmetik Wajah: Brand Lokal Kuat Bersaing [Internet]. Tersedia dalam: <https://compas.co.id/article/data-penjualan-kosmetik/>, [Diakses 19 September 2021]

Data Jumlah Mahasiswa [Internet]. Tersedia dalam: <http://pddikti.kemendikbud.go.id/>, [Diakses 24 November 2021]

Gambaran Umum: Skincare Merek Scarlett [Internet]. Tersedia dalam: <https://scarlettwhitening.com/>, [Diakses 16 Juni 2021]

