

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. 1 ed. Bandung: CV Alfabeta, 2004.
- Ananda, Rusydi. *Statistik Pendidikan Teori dan Praktik dalam Pendidikan*. Medan: CV. Widya Puspita, 2018.
- Ancok, D. *Psikologi Konsumen: Suatu Pendekatan Terhadap Perilaku Konsumen*. 1 ed. Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana, 2003.
- Angga S. *Ekonomi Syariah*. Sumatra Utara: Az-zahra Media Society, 2023.
- Ansofino. *Buku Ajar Ekonometrika*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- Arianto, Muhammad Nanda, Iqbal Akhmad, Jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah Riau, Electronic Word, dan Of Mouth. “Pengaruh Brand Image , Electronic Word Of Mouth Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlet Whitening Kota.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA 3*, no. 2 (2024): 877–902.
- Assuri, Sofyan. *Manajemen Pemasaran*. 1 ed. Jakarta: Rajawali Press, 2013.
- Azzahra, Nafinka, Yulia Hamdani Putri, dan Ahmad Maulana. “Pengaruh Country of Origin dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Fakultas Ekonomi Kampus Palembang Universitas Sriwijaya.” *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah 6*, no. 2 (2023): 789–801. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.3597>.
- Bataineh, A. *Consumer Behavior and Branding*. 1 ed. New York: Allyn Bacon, 2014.
- Bila, Siti Marisa, dan Novi Marlina. “Pengaruh gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif terhadap keputusan pembelian pengguna shopee paylater.” *Pendidikan Tata Niaga 12*, no. 2 (2024).
- Canli, Z. Gurhan. *The Influence of Country of Origin on consumer Decision-Making*. 1 ed. New York: Wiley, 2004.
- Cici, Dwi Tamara, Ra Nurlinda, dan Korespondensi Penulis. “Pengaruh Kualitas Produk, Lifestyle, Country Of Origin Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Manajemen Kreatif dan Inovasi 2*, no. 2 (2024): 275–95. <https://doi.org/10.59581/jmki-widyakarya.v2i2.3044>.
- Dharmmesta, Basu Swastha. *Manajemen Pemasaran*. 8 ed. Yogyakarta: BPFE, 2008.
- Dharmmesta, Swastha dan t. Hani Handoko. *No Title Manajemen Pemasaran*:

Analisa Perilaku Konsumen. Yogyakarta: BPFE, 1997.

- Dinnata, Regi Yanuar Widhia. "10 Brand Lokal Kosmetik Terbaik 2024 yang Sering Dikira Merek Internasional." 2024, dalam <https://www.ayosemarang.com/umum/7713644819/10-brand-lokal-kosmetik-terbaik-2024-yang-sering-dikira-merek-internasional>, 2025.
- Dolly, Fajar Ifan. "Pengaruh Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Mahasiswi STIA Setih Setio." *Jurnal STIA Bengkulu : Committe to Administration for Education Quality* 8, no. 2 (2022): 113–24. <https://doi.org/10.56135/jsb.v8i2.53>.
- Duli, Nikolaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Eriyanti, Emilia. "Pengaruh Brand Ambassador, Country Of Origin, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Di Kabupaten Kebumen." *Jurnal Universitas Putra Bangsa*, 2022, 1–7.
- FEBI UIN SATU Tulungagung. "Program Studi UIN SATU Tulungagung." 2025, <https://febi.uinsatu.ac.id/>, 2025.
- Ghodang, Hironymus dan Hartono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Konsep Dasar & Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS*. Medan: PT. Penerbit Mitra Grup, 2020.
- Gunawan, Didik. *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. Sumatra Utara: PT. Inovasi Pratama Internasional, 2022.
- Herawati, Herawati, dan Angga Sanita Putra. "Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Azarine Cosmetic." *Journal on Education* 5, no. 2 (2023): 4170–78. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i2.1115>.
- Hermawan, Iwan. *Metode Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method)*. 1 ed. Kuningan: Hidayatul Quran, 2019.
- Jaali dan Pudji Muljono. *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan*. Jakarta: Grasindo, 2007.
- Juliandi, Azuar, Irfan, Saprial Manurung. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Medan: UMSU Press, 2014.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. Jakarta: PT. Syaamil Cipta Media, 2024.
- Kholidah, Nur dan Muhammad Arifiyanto. *Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal*. Jawa Tengah: Penerbit NEM, 2020.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. *Marketing Management*. 14 ed. New York: Pearson

Education, 2012.

Kotler, P., dan Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. 13 ed. Jakarta: PT. Erlangga, 2009.

Kotler, Philip & Armstrong. *Marketing Management 14th Edition*. 14 ed. New Jersey: Pearson Pretice Hall, 2015.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. *Marketing Management 15th Edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall, 2016.

Kotler, Philip dan kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. 12 ed. Jakarta: PT Indeks, 2016.

Kuontur, Ronny. *Statistik Praktis*. Jakarta: PPM, 2005.

Lubis, M. R. *Perilaku konsumen dan pemasaran*. 1 ed. Surabaya: Graha Ilmu, 2011.

Lupiyoadi. *Manajemen Pemasaran Jasa*. 2 ed. Jakarta: Salemba Empat, 2001.

Mullins, John W, Orville C. Walker, Jr, dan Harper W. Boyd, Jr. *Marketing management: a strategic decision-making approach*. 8 ed. New York: McGraw-Hill Education, 2013.

Nurhayati. *Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen*. 1 ed. Pekalongan: Penerbit NEM, 2023.

Paramita, Ratna Wijayanti Daniar. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Lumajang: Gama Press, 2021.

Pramesti, Gilda, Azizah Azizah, Eva Purnamasari, Endang Sulistiyani, dan Dika Vivi Widyanti. "Pengaruh Penggunaan E-Wallet Shopeepay Dan Promosi Cashback Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *Bangun Rekaprima* 9, no. 1 (2023): 35. <https://doi.org/10.32497/bangunrekaprima.v9i1.4425>.

Pramitha, Thania. "Pengaruh Country Of Origin, Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Thania." *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* 5, no. 5 (2021): 453–58.

Pramudita, Arini, dan Suharyati. "Pengaruh Country of Origin, Social Media Marketing, dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc di Jakarta Selatan." *Journal of Young Entrepreneurs* 3, no. 1 (2024): 1–18.

Putri, Ketut Ayu Mas Adistania dan Ni Nyoman Kerti Yasa. *Brand Image, Kepuasan Konsumen, Dan Repurchase Intention : Konsep Dan Aplikasi Dalam Studi Kasus Kedai Kopi Kulo*. Jawa Tengah: Media Pustaka Indo, 2023.

Rahmadani, Nurliyah Suci dan Rosmenely. *Citra Merek (Brand Image) Dan Keputusan Pasien Memilih Pelayanan Kesehatan*. Bandung: Feniks Muda Sejahtera, 2022.

- Rauf, Abdul. *Ekonomi Islam: Konsep dan Aplikasinya*. 1 ed. Depok: Raja Grafindo Persada, 2009.
- Rosita, Dewi, dan Ivo Novitaningtyas. “Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa.” *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* 4, no. 4 (2021): 494–505. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.200>.
- Salsabila, Oktaviana Salwa, Rois Arifin Utama dan Satria Putra. “Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Harga, dan Hedonic Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus Mahasiswa di Kota Malang).” *E-Jurnal Riset Manajemen* 13, no. 01 (2024): 627–38.
- Samsiyah, Siti. *Perilaku Konsumen*. 1 ed. Jawa Barat: Mega Press, 2023.
- Schiffman, L. G., dan Kanuk, L. L. *Persepsi Kualitas, Consumer Behavior*. New York: Pearson Pretice Hall, 2011.
- Schiffman, L.G., dan Kanuk, L.L. *Consumer Behavior*. 1 ed. New York: Pearson Education, 2007.
- Shihab, M. Quraish. *Wawasan Al-Qur'an*. 1 ed. Bandung: Mizan Pustaka, 2001.
- Soraya, Ayu, dan Onan Marakali Siregar. “Pengaruh Country of Origin dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic pada Mahasiswa di Universitas Sumatera Utara.” *Senriabdi 2021* 1, no. 1 (2021): 400–416.
<https://jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/SENRIABDI/article/view/872>.
- Statista. “Cosmetics-Indonesia.” 2024, dalam [https://www.statista.com/outlook/cmo/beauty-personal care/cosmetics/indonesia](https://www.statista.com/outlook/cmo/beauty-personal-care/cosmetics/indonesia), 2025.
- Statista. “Cosmetics-Indonesia.” dalam <https://www.statista.com/outlook/cl-care/cosmetics/indonesia>, 2024.
- Sudarmanto, Eko. *Desain Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sujianto, Agus Eko. *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta: PT. Prestasi Pustakaraya, 2009.
- Sukmawati, Anastasia Suci. *Metode Penelitian Kuantitatif*. 1 ed. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- Sumartono, S. *Perilaku konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. 1 ed. Yogyakarta: Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB), 2002.

- Sunarto. *Perilaku Konsumen*. 1 ed. Yogyakarta: AMUS, 2006.
- Supranto, J. *Teknik Sampling Untuk Survei Dan Eksperimen*. Jakarta: Rineka Cipta, 2007.
- Swarjana, I Ketut. *Populasi-Sampel Teknik Sampling & Bias Dalam Penelitian*. Jakarta: CV Andi Offset, 2022.
- Swarjana, I ketut. *Populasi-Sampel, Teknik Sampling & Bias Dalam Penelitian*. DIY: Penerbit Andi, 2022.
- Syakira, Adlien Dhiva. “Pengaruh Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas.” *Jurnal Pendidikan* 7, no. 2 (2023): 7448.
- Tamara, Intan, Niken. “Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Camille Beauty.” *Jurnal Aplikasi Bisnis*, no. 10 (2024).
- Tanjung, Ahmad Albar, Muliyani. *Metodologi Penelitian*. 1 ed. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021.
- Tjiptono, F. *Pemasaran Jasa*. 1 ed. DIY: Andi Offset, 2014.
- UIN SATU Tulungagung. “Profil UIN SATU Tulungagung.” 2025, dalam <https://uinsatu.ac.id/profil-singkat/>, 2025.
- UIN SATU Tulungagung. “Struktur Organisasi UIN SATU Tulungagung.” 2025, dalam <https://uinsatu.ac.id/profil-singkat/>, 2025.
- UKPACAK. “Top 10 Best Makeup Brands Leading the Pack in 2024.” 2024, dalam <https://www.ukpackchina.com/best-makeup-brands/>, 2024.
- Wardani Laila Meiliyandrie Indah dan Ritia Anggadita. *Konsep Diri dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja*. Jawa Tengah: Penerbit NEM, 2021.
- Wardani, Dian Kusuma. *Pengujian Hipotesis*. 1 ed. Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2022.
- Winardi. *Aspek-Aspek Manajemen Pemasaran*. 1 ed. Bandung: Mandar Maju, 1992.
- Wulandari, Inayah, dan Titik Desi Harsoyo. “Pengaruh Country Of Origin, Gaya Hidup Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso.” *Jurnal Ekobis Dewantara* 6, no. 2 (2023): 515–28.
- Zulfa, Firda F. *Ekonomi Islam: konsumsi menurut pandangan islam*. 1 ed. Sumatra Utara: Az-zahra Media Society, 2023.