

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin, and Francis Tantri. “Manajemen Pemasaran,”. Depok: Rajawali Press, 2018.
- Akbar, Wirawan, and Velda Ardia Murdiana. “Pengaruh Terpaan Media Live Shopping Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian The Originote.” *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora* 1, no. 4 (2023): 108–24.
- Al-Qur'an Al-Baqarah Ayat 172*. RI: Kementrian Agama, 2022. <https://quran.kemenag.go.id/>.
- Al-Qur'an Surah Al-a'raf Ayat 31*. Kementrian Agama RI, 2022.
- Al-Qur'an Surah Al-Furqon Ayat 67*. RI: Kementrian Agama, 2022. <https://quran.kemenag.go.id/>.
- Al-Qur'an Surah Al-Insyiroh Ayat 5*. RI: Kementrian Agama, 2022. <https://quran.kemenag.go.id/>.
- Al-Qur'an Surah Al-Maidah Ayat 100*. Kementrian Agama, 2022.
- Al-Qur'an Surah An-Nisa' Ayat 29*. Kementrian Agama RI, 2022.
- Albari, and Atika Kartikasari. “The Influence of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Satisfaction and Loyalty.” *AJEFB - Asian Journal of Entrepreneurship and Family Business* 3, no. 1 (2019): 49–64.
- Ardiansyah, Agil Nauval. “Pengaruh Website Quality, E-Service Quality, Kualitas Produk Terhadap Repurchase Intention Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Konsumen Produk Fashion Lazada Di Kota Bandar Lampung).” *Skripsi Universitas Negeri Lampung*, 2023, 39–41. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>.
- Ardianto, Yuli, Supriadi Thalib, and Dian Riskarini. “Analisis Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Dilihat Dari Experiental Marketing Dan Servicescape.” *JRB-Jurnal Riset Bisnis* 4, no. 2 (2021): 155–72. <https://doi.org/10.35814/jrb.v4i2.1724>.
- Ardiyansyah, Muhammad, and Taufiq Abadi Muhammad. “Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Muslim Sebagai Pemediasi.” *Jurnal of Business & Applied Management* XVI, no. 1 (2023): 79–90. <https://doi.org/10.30813/jbam.v16i1.4236>.
- Astono, Ari Dwi. “Pengaruh Testimoni, Situasional, Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Konsumen Rumah Makan Sa'i Boja Kabupaten Kendal.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis STIE Anindyaguna* 4, no. 2 (2022): 413–24.
- Bagus, Ade, Natalia Ratna, and Anindita Imam. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Sepatu.” *Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen* 1, no. 1

- (2021): 32–38. <https://journal.actual-insight.com/index.php/equilibrium>.
- Baihaqi, Bari. “Mampu Torehkan Transaksi Gemilang, The Originote Raih Penghargaan Brand Choice Award 2023,” 2023. <https://www.neraca.co.id/article/180378/mampu-torehkan-transaksi-gemilang-the-originote-raih-penghargaan-brand-choice-award-2023>.
- Dewi, I G. A. Pt. Riana Pramesti, and Ni Wayan Ekawati. “Peran Kepuasan Konsumen Memdiiasi Pengaruh Brand Image Terhadap Repurchase Intention.” *E-Jurnal Manajemen* 8, no. 5 (n.d.): 2722–52.
- Effendi, Syamsul. “Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Mutlaqah: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah* 1, no. 2 (2021): 26–35. <https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/mutlaqah/article/view/3442/2382>.
- Elistia, Elistia, and Anshafira Nurma. “Theory Planned Behavior Dalam Minat Beli Produk Kosmetik Organik Pada Generasi Y Di Jakarta Theory of Planned Behavior in Product Purchase Intention Organic Cosmetics for Generation Y in Jakarta.” *Journal 24/7: Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 1, no. 1 (2023): 33–52.
- Fakaubun, Ummi Fitria Kalsum. “Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Sepatu Adidas Di Malang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Toko Sport Station Dinoyo , Malang).” *JIMMU: Jurnal Ilmu Manajemen* 4, no. September (2019): 221–34.
- Fatmalawati, Desi Sari, and Ana Noor Andriana. “Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Kosmetik PT. Paragon Technology and Innovation.” *Jurnal Manajemen Bisnis* 10, no. 2 (2021): 177–86.
- Fausta, M Fadhil, Patrick Anderson, and Renny Risqiani. “Pengaruh Customer Experience, Customer Satisfaction, Terhadap Repurchase Intention Pada Restoran Cepat Saji.” *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi Volume* 20, no. 01 (2023): 1–9.
- Gani, Abdul, Augustinus Nicolaas, and Hillebrandes Oroh. “The Effect of Product Quality , Service Quality and Price on Customer Satisfaction at Loki Store.” *International Conference on Entrepreneurship (ICOEN) KnE Social Sciences*, 2021, 116–28. <https://doi.org/10.18502/kss.v5i5.8803>.
- Ghozali, Imam. “25 Grand Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis,”. Semarang: Yoga Pratama, 2020.
- Ghozali, Imam, and Hengky Latan. *Partial Least Squares: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2015.

- Girsang, Nitasri Murawaty. “Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Pengguna Skincare Oriflame.” *Repository Institusi Universitas Sumatera Utara*, 2020. <http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/2757>.
- Hair, Joseph F., G. Thomas M. Hult, Christian M. Ringle, Marko Sarstedt, Nicholas P. Danks, and Soumya Ray. *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R. Practical Assessment, Research and Evaluation*. Vol. 21, 2021. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_1%0A.
- Hamdi, Baitul. “Prinsip Dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah).” *Islamadina : Jurnal Pemikiran Islam* 23, no. 1 (2022): 1. <https://doi.org/10.30595/islamadina.v23i1.10821>.
- Hermawan, Sigit, and Amirullah. “Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif,” 240, 2016.
- Hidayah, Siti Ainul, and R A E P Apriliani. “Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Pada Konsumen Batik Pekalongan (Studi Pada Pasar Grosir Setono Batik Pekalongan).” *Journal of Economic, Business and Engineering* 1, no. 1 (2019): 24–31.
- Hilmawan, Ipan. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Elektronik Rekaman (Riset Ekonomi Bidang MANajemen Dan Akuntansi)* 3, no. 3 (2019): 154–66.
- Huseynli, Bahman, and Sevar Mammadova. “Determining the Moderator Role of Brand Image on Brand Innovativeness , Consumer Hope , Customer Satisfaction and Repurchase Intentions.” *International Journal of Economics and Business Administration* X, no. 2 (2022): 59–77.
- Hussein, Ananda Sabil. “Penelitian Bisnis Dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) Dengan SmartPLS 3.0,” 20, 2015.
- Indrasari, Meithiana. “Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan,” 90–92. Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- Juliandi, Azuar, Irfan, and Sapriyal Manurung. *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep & Aplikasi*. Pertama. Medan: UMSU: Press, 2014.
- Juwairiyah, Syaima. “Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Perceived Price Terhadap Repurchase Intention Pada Tiket Maskapai Penerbangan Lion Air (Studi Pada Mahasiswa/I S1 Universitas Brawijaya Malang).” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 7, no. 2 (2019).
- Kalodata. “Daftar Produk Terlaris Di TikTok Shop Indonesia Dirilis

- Dengan Penjualan 74.000 Unit Dalam Seminggu,” 2023. <https://kalodata.com/id/blog/2023/09/%25f0%259f%25a%2580daft-ar-produk-terlaris-di-tiktok-shop-indonesia-dirilis-dengan-penjualan-74000-unit-dalam-seminggu%25f0%259f%259a%2580/>.
- Karina, Mona, and Dewi Purnama Sari. “Pengaruh Relationship Marketing Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Mustika Ratu Pada Gerai Dan+dan Jakarta.” *KOMPLEKSITAS: Jurnal Manajemen, Organisasi, Dan Bisnis* 10, no. 2 (2021): 79–91.
- Keller, Kevin Lane. *Manajemen Merek Strategis*. Edisi ke-4. Pendidikan Pearson Terbatas, 2013.
- Khasanah, Mahirrotun. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Desain Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kudus Interior Furniture Kaliwungu.” *Skripsi*, 2023.
- Kotler, Philip, and Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edited by Terjemahan Bob Sabran. Edisi 12 J. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Kotler, Philip, and G. Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke-1. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran, (Edisi Ke-15)*. Pendidikan Pearson. Ke-15. Pearson Education, 2016.
- . “Manajemen Pemasaran: Edisi Ketiga Belas Jilid 1,” 138–39. Penerbit Erlangga, 2009.
- . “Manajemen Pemasaran,” Ke-13., 30–31. Jakarta: Erlangga, 2009.
- . “Manajemen Pemasaran,” Ketiga Bel., 166. Jakarta: Erlangga, 2009.
- . “Manajemen Pemasaran,” 23. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kurniawati, Tyas, Bambang Irawan, and Adi Prasodjo. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember.” *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi* VI, no. 2011 (2019): 147–51.
- Leon G. Schiffman, and Leslie L. Kanuk. “Consumer Behavior (Eight Edition),” 285. New Jersey: Prentice Hall., 2004.
- Lintin, Irene Yustika. “Bedah Data Brand Viral: The Originote & Oatside Dalam Markplus Conference 2024.” *Compas.co.id*, 2024. <https://compas.co.id/article/data-brand-the-originote-oatside-di-ecommerce/>.
- Mahemba, Umbu Saga Ana Kaka, and Caecilia Wahyu Estining Rahayu. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Xiaomi Di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta).” *Prosiding Seminar*

- Nasional Multidisiplin Ilmu* 1, no. 2 (2019): 428–39.
<https://prosiding.respati.ac.id/index.php/PSN/article/view/234>.
- Mutia, Annisa. “Perkiraan Pendapatan Produk Perawatan Diri Dan Kecantikan Di Indonesia,” 2022.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/05/makin-meroket-pendapatan-produk-kecantikan-dan-perawatan-diri-di-ri-capai-rp11183-triliun-pada-2022>.
- Natasya, Sima. “Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang (Repurchase Intention) Di Kfc Setiabudi-Srondol Kota Semarang.” *Skripsi UNNES*, 2020, 41.
- Ningsih, Ekawati Rahayu. *Perilaku Konsumen: Pengembangan Konsep Dan Praktek Dalam Pemasaran*, 2021.
- Novianti, Yola, and Tiurniari Purba. “Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah.” *Jurnal Ilmiah Maksitek* 5, no. 2 (2020).
- NUonline. “Tafsir Surah Asy-Syuara’ Ayat 181-183,” n.d.
<https://quran.nu.or.id/asy-syu'ara'/183>.
- Nurdiana, Riza, and Yulia Effrisanti. “Pengaruh Brand Image Produk Kosmetik MS Glow Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening.” *JPEKBM (Jurnal Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan, Bisnis, Dan Manajemen)* 6, no. 1 (2022): 287–98.
<https://doi.org/https://doi.org/10.32682/jpekbm.v6i1.2577>.
- Peter, J Paul, and J.C. Olson. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Pratama, Alvin. “The Originote Konsisten Hadirkan Produk Skincare Berkualitas Dengan Harga Terjangkau.” *Infobrand.id*, 2023.
<https://infobrand.id/the-originote-konsisten-hadirkan-produk-skincare-berkualitas-dengan-harga-terjangkau.phtml>.
- Pratisthita, Dewa Ayu Abhinandati Prajna, Putu Gde Arie Yudhistira, and Ni Ketut Wiwiek Agustina. “Effect of Brand Positioning, Brand Image, and Perceived Price on Consumer Repurchase Intention Low-Cost Carrier.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management* 15, no. 2 (2022): 181–95.
<https://doi.org/10.20473/jmtt.v15i2.35715>.
- Purnapardi, Magfirah Safitri, and Tias Andarini Indarwati. “Pengaruh Product Quality Dan Brand Image Terhadap Repurchase Intention Produk Kosmetik Halal Di E-Commerce.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 10, no. 1 (2022): 136–47.
- Putri, Yulia, Ikhbal Akhmad, and Intan Diane Binangkit. “Pengaruh Brand Image, Celebrity Endorsement, Dan Perceived Quality Terhadap Purchase Intention Produk.” *Prosiding Seminar Nasional*

- Ekonomi, Bisnis & Akuntansi* 3 (2023): 1097–1111.
- Qanita, Ariza, and Zackya Ulul Albab. “Pengaruh Quality Awareness Dan Brand Image Terhadap Customer Satisfaction Pada Produk Wardah.” *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)* 3, no. 2 (2020): 13–22.
- Ramdhani, Desti, and Suzy Widyasari. “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Ulang Smartphone OPPO.” *Jurnal Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 4, no. 3 (2022): 1651–67.
- Rohman, Isnanda Zainur, and Farras Naufaldi. “Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang.” *Jurnal Manajemen Dewantara* 6, no. 1 (2022): 53–60.
- Rosida, Khoiriyah Ana. “Pengaruh Kualitas Produk, Label Halal, Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Pelanggan DRW Skincare Di Desa Banyu Manis).” *Skripsi*, 2023.
- Salsabila, Aura Nadhifa, Basrah Saidani, and Agung Kresnamukti Rivai P. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus Pada Pelanggan Gen Z.” *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan* 3, no. 1 (2022): 87–100.
- Santi, Ellysa Rahma, and Akhmad Supriyanto. “Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Sate Taichan Banjar D’Licious).” *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan* 2, no. 1 (2020): 47–56.
- Sari, Tia Puspita, and Ambardi. “Pengaruh Electronic Word of Mouth, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare The Originote.” *JAMMI, Jurnal Akuntansi UMMI* 4, no. 1 (2023): 24–35.
<https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/3812883>.
- Setiawan, Jodi. “Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Islam Di PT. Biantara Jaya Service Jakarta.” *Skripsi IAIN Kudus*, 2023.
[http://repository.iainkudus.ac.id/10973/1/1.BAGIAN DEPAN.pdf](http://repository.iainkudus.ac.id/10973/1/1.BAGIAN%20DEPAN.pdf).
- Sholihin, Mahfud, and Dwi Ratmono. “Analisis SEM-PLS Dengan WarpPLS3.0.” edited by CV. ANDI OFFSET, 7–8. Yogyakarta, 2013.
- Sholikah, Nur Inayatus. “Pengaruh Endorsment Dan Brand Image Tasya Farasya Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Dimoderasi Oleh Brand Trust Pada Produk Kosmetik Make Over (Studi Pada Pengikut Instagram Tasya Farasya).” *Skripsi*, 2022, 35–38.

- Sitorus, Hanna Mutisari. "Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Produk Skincare Originote Di Indonesia." Kompasiana.com, 2023. <https://www.kompasiana.com/hannay14/657c4583c57afb0719568052/analisis-perilaku-konsumen-terhadap-produk-skincare-originote-di-indonesia>.
- Sugiyono. "Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)," 60. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sugiyono, Prof. Dr. "Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D," 80–81. Alfabeta, 2012.
- Suprpto, Rifqi, and M. Zaky Wahyuddin Azizi. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*,. Ponorogo: Myria Publisher, 2020. <https://books.google.co.id/books?id=uHbJDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=buku+manajemen+kuliah&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwINuc3kk5frAhWB8HMBHafqD5cQ6AEwCXoECAkQA#v=onepage&q=buku+manajemen+kuliah&f=false>.
- Surachman, Arif. *Dasar-Dasar Manajemen Merek*. Malang: Bayumedia Publishing, 2008.
- Suryani, Siti, and Sylvia Sari Rosalina. "Pengaruh Brand Image , Brand Trust , Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating." *Journal of BUSINESS STUDIES* 04, no. 1 (2019): 41–53. <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/jbsuta>.
- Syafiq, Ahmad. "Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam." *El-Faqih : Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam* 5, no. 1 (2019): 96–113. <https://doi.org/10.29062/faqih.v5i1.54>.
- Syahrani, Mela. "Rentang Usia 20an Jadi Populasi Penduduk Indonesia Terbanyak," 2023. <https://data.goodstats.id/statistic/melasyhrn/rentang-usia-20an-jadi-populasi-penduduk-indonesia-terbanyak-FZa2q>.
- Tamara, Nindi. "Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Kosmetik YOU PT. Jalur Mandiri Utama." *JOURNAL ECONOMICAND STRATEGY (JES)* 4, no. 1 (2023): 22–31.
- "The Originote Official Website." Accessed February 20, 2024. <https://theoriginote.id>.
- Tj, Hery Winoto, and Melitina Tecoalu. "The Role of Customer Satisfaction in Mediation the Influence of Brand Image and Price on Repurchasing Interest." *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting* 5, no. 2 (2022): 1690–97.
- Tjiptono, F. *Perspektif Manajemen Dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: Andi Offset, 2012.

- Tjiptono, Fandi. *Strategi Pemasaran Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Andi Offset, 2008.
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen Dan Strategi Merek (Seri 01)*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2011.
- . *Pemasaran Jasa, Edisi Pertama*. Yogyakarta: Banyumedia Publishing, 2005.
- Tjiptono, Fandy, and A. Diana. *Pemasaran*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET (Penerbit ANDI), 2016.
- Wijaya, Andreas. *Metode Penelitian Menggunakan SmartPLS 03*. Yogyakarta: Innosain, 2019.
- Wulandari, Siti Indah. “Pengaruh Perceived Halal Label, Perceived Ease of Use Dan Adjusted Expectation Terhadap Repurchase Intention Produk Somethinc Di Shopee.” *Skripsi IAIN Kudus*, 2023.
- Zulalah, Ririn, and Harini Abrilia Setyawati. “Analisis Pengaruh Iklan , Identitas Merek , Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Pengguna Smartphone Merek Oppo Di Kebumen).” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi* 3, no. 1 (2021): 169–84.

