

DAFTAR PUSTAKA

- Alicia, A., & Laulita, N. B. (2024). Analysis of the Effect of Price and Quality on Repurchase Intention through Customer Satisfaction on Imported Vegetables in Batam. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 13(2), 656–669.
- APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia). (2025). *Profil Internet Indonesia 2025 (Survei Penetrasi Internet dan Perilaku Pengguna Internet)*. Jakarta: APJII.
- Ardhianti, D., & Kusuma, P. J. (2023). Pengaruh Harga Produk, Kualitas Produk, Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Ulang (Body Scrub Scarlett Di Aplikasi Shopee). *Jurnal Maneksi*, 12(4), 950–962. <https://doi.org/10.31959/jm.v12i4.2026>
- Azzahra, A., & Elistia. (2025). Pengaruh Perceived Price dan Product Quality terhadap Repurchase Intention dimediasi oleh Customer Satisfaction Produk Kosmetik. *Journal of Innovative and Creativity*, 5(3), 30781–30791.
- Databoks Katadata. (2022). *Kebanyakan perempuan Indonesia lebih suka pakai kosmetik lokal*. <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2022/09/19/kebanyakan-perempuan-indonesia-lebih-suka-pakai-kosmetik-lokal>
- Dewiasih, T., & Nainggolan, B. M. (2022). Peningkatan Niat Pembelian Ulang dengan Kualitas Layanan dan Word of Mouth di Ha-Ka Restoran : Peran Kepuasan Pelanggan sebagai Mediator. *Journal of Tourism and Education*, 6(2), 1–18.
- Ediansyah, Kalis, M. C. I., Afifah, N., Pebrianti, W., & Fitriana, A. (2024). Do Product Quality and Perceived Suitability Influence Repurchase Intention? *Journal of Management Science (JMAS)*, 7(1), 143–151.
- Fatmalawati, D. S., & Andriana, A. N. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Pembelian Ulang Kosmetik PT. Paragon Technology and Innovation. *JMB: Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(2), 177–186. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4228>
- Fauzi, D. H. (2021). Determinasi Keputusan Pembelian dan Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *JIMT Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(6), 790–800.
- Firdausi, F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Produk Syahi Haleeb. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 6(5), 465–473.

- Glad2Glow. (n.d.). *Serum Glad2Glow*. Retrieved July 15, 2026, from <https://glad2glow.com/>
- Glad2Glow [@glad2glow]. (n.d.). *Glad2Glow Indonesia [Profil Instagram]*. Instagram. Retrieved July 15, 2026, from <https://www.instagram.com/glad2glow/>
- Indsight.id. (2025). *Pasar Skincare Indonesia Tembus \$3,07 Miliar 2025: Analisis Data Tunjukkan Serum dan Sunscreen Jadi Kategori Produk Favorit*. <https://indsight.id/blog/pasar-skincare-indonesia-2025-serum-sunscreen-favorit/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (14th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Manurung, R. N., & Hadian, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dalam Berbelanja Online Shopee. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 2(1), 106–118. <https://jurnalbisnismahasiswa.com/index.php/jurnal/article/view/32>
- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pembelian Ulang: Promosi, Harga dan Produk (Literature Review Perilaku Pembelian). *JIMT Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 469–478.
- Pratama, I. W. D. W., & Prianthara, I. B. T. (2025). The Influence Of Product Quality and Brand Image On Repurchase Intention Mediated By Customer Satisfaction On Skintific Skincare Products. *Indonesian Journal of Global Health Research*, 7(4), 605–614.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif: Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sahgira, N. N., Dewi, H. P., & Cholis, Z. M. H. (2025). Pengaruh Customer Experience, Review Product dan Perceived Value terhadap Repurchase Intention Konsumen Shopee pada Mahasiswa Universitas Battuta. *AKADEMIK Jurnal Mahasiswa Humanis*, 5(2), 1039–1053.

- Selvia, L., Yacob, S., & Lubis, T. A. (2024). Product Quality On Repurchase Interest, Which is Mediated By Customer Satisfaction With Ms Glow Skincare Products Jambi City. *Journal of Business Studies and Management Review (JBSMR)*, 7(2), 60–65.
- Shabrina, S. A., & Budiatmo, A. (2020.). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Ulang dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening pada Holland Bakery Pandanaran Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 475–482. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28771>
- Shakti, N. W., Mahmud, Panjaitan, R., & Purusa, N. A. (2024). Pengaruh Kualitas, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk The Executive Di Kota Semarang Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Maneksi*, 13(2), 470–483.
- Sisrahmayanti, T., & Muslikh. (2022). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian: Peran Mediasi Kepuasan Konsumen. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(1), 54–65.
- Solomon, M. R. (2009). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (8th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- TechnoBusiness. (2020). *Spire Insight: Potensi Pasar Kosmetik Indonesia*. <https://technobusiness.id/insight/ys-insights/2020/10/30/spire-insight-potensi-pasar-kosmetik-indonesia/>
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22. <https://doi.org/10.2307/1251446>