

PENGARUH GAYA HIDUP, LABEL HALAL, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK KOSMETIK WARDAH (STUDI PADA KONSUMEN MARKETPLACE SHOPEE DI JAKARTA)

Artika Anza Liyana

Yugi Setyarko, S. E., M.M

Email: artikaliyana@gmail.com; yugisetyarko@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of lifestyle, halal labels and product quality on repurchase intention. The data source used in this research is primary data by distributing questionnaires. The research population is consumers who have ever used Wardah cosmetic products in Jakarta. The sample used non probability sampling, the method used was purposive sampling with the Lemeshow formula and obtained 97 respondents. The analysis tool used is SPSS v.19 software. The results of this research show that lifestyle and product quality have a significant effect on interest in repurchasing Wardah cosmetic products. Meanwhile, the Halal Label has no effect on Repurchase Interest in Wardah Cosmetic Product.

Keyword : Lifestyle, Halal Label, Product Quality, Repurchase Intention.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang saat ini sedang mengalami pertumbuhan pada dunia industrinya, satu diantaranya adalah industri kosmetik (Maria & Pandoyo, 2020). Hal ini terjadi dikarenakan adanya permintaan dari pasar yang cukup besar seiring dengan permintaan kaum wanita menjadikan perawatan tubuh sebagai kebutuhan utama. Kosmetik wardah merupakan salah satu kosmetik yang memberikan variasi produk dimana pada setiap produknya memiliki keunikan dan kelebihan sehingga setiap produk akan menempati pilihan konsumen terbanyak yang berbeda-beda (Worotitjan, 2014). Namun meskipun begitu, hal ini merupakan tanggung jawab besar bagi Wardah bagaimana caranya agar selalu menciptakan inovasi produk yang selalu bervariasi agar konsumen merasa puas dan terpenuhi kebutuhannya. Kosmetik Wardah telah menjadi gaya hidup yang berorientasi pada modern islami (Sonia Cipta Wahyurini & Trianasari, 2020).

Wardah diproduksi oleh PT Paragon Technology and Innovation, berdiri pada tanggal 28 Februari 1985 dengan nama awal PT Pustaka Tradisi Ibu. Perusahaan ini baru berganti nama menjadi PT Paragon Technology and Innovation pada tahun 2011. Meningkatnya aktivitas berbelanja di industri kecantikan tidak hanya dipengaruhi oleh jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 267 juta jiwa, dengan 130 juta di antaranya merupakan perempuan, serta laki-laki tidak kalah untuk memperhatikan penampilan. Fenomena ini juga melibatkan perluasan pasar produk kecantikan, yang dianggap sebagai gaya hidup untuk umum untuk dikonsumsi. Pertumbuhan penjualan online mencapai 4,75% dan prediksi lain juga menunjukkan bahwa industri kecantikan dapat mencapai \$716 miliar pada tahun 2025 dan \$784,6 miliar pada tahun 2027. Dorongan terhadap aktivitas berbelanja ini terutama didorong oleh kenyamanan dan manfaat yang signifikan dari penjualan online, yang terbukti oleh lonjakan pendapatan online industri kecantikan sebesar 20-30% selama masa pandemi Covid-19 sebagaimana dinyatakan dalam data penelitian McKinsey.

Produk Wardah adalah produk yang *pure and safe*, yang mengandung bahan baku yang aman dan halal. Sebelum sebuah produk Wardah dijual dipasaran maka dilakukan suatu percobaan yang dinamakan blind test yang bertujuan untuk memastikan bahwa produk yang akan dijual aman. Faktor lain dimana dirasa dapat

mempengaruhi pembelian ulang pada kosmetik adalah kualitas produk. (Assauri, 2010) kualitas produk bertujuan untuk memperlihatkan tahan lamanya produk itu, dipercayainya produk, ketepatan produk, mudah digunakan dan dipeliharanya produk serta atribut lain yang dinilai. Apabila suatu produk dinilai berkualitas tinggi maka konsumen akan puas dan memutuskan untuk terus menggunakan produk tersebut. Hal ini berpotensi untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Minat beli ulang suatu produk mengarah pada kesamaan atau harapan konsumen untuk memperoleh kembali suatu produk atau layanan tertentu setelah pengalaman pembelian sebelumnya. Faktor-faktor seperti kepuasan terhadap produk, kinerja merek, dan hubungan positif dengan merek berperan penting dalam membentuk minat beli ulang. Hal ini mencerminkan tingkat loyalitas konsumen terhadap suatu merek atau produk tertentu, dimana konsumen memilih untuk melakukan pembelian berulang berdasarkan pengalaman positif sebelumnya. Ketika pelanggan merasa puas, hal tersebut akan menghasilkan loyalitas terhadap perusahaan atau suatu produk tertentu. Sebagai hasilnya, kepuasan pelanggan akan mendorong mereka untuk melakukan pembelian berulang, memperoleh barang yang diinginkan secara lebih sering.

Penelitian disusun berdasarkan fenomena yang terjadi, melihat jumlah pengguna produk kecantikan yang meningkat setiap tahun pada produk tertentu. Untuk itu peneliti menentukan variabel gaya hidup, label halal dan kualitas produk terhadap minat beli ulang di *marketplace* shopee di Jakarta.

KAJIAN TEORI

Pengertian Gaya Hidup

Istilah gaya hidup dapat menunjukkan minat, pendapat, perilaku, dan orientasi perilaku individu, kelompok, atau budaya. Gaya hidup didefinisikan oleh Anitha, (2016) sebagai konsep sistematis yang mewakili karakteristik hidup masyarakat atau kelompok orang tertentu, yang juga berbeda dari masyarakat dan kelompok orang lain.

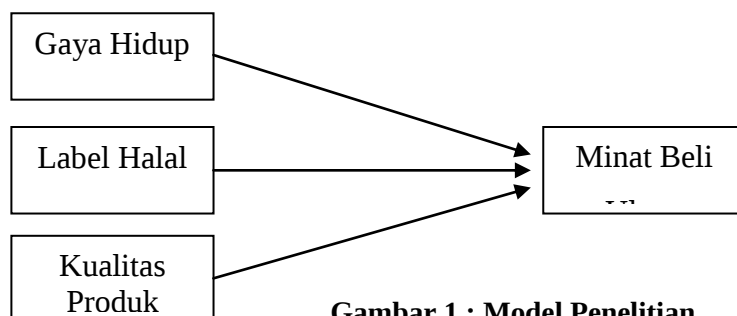
Pengertian Label Halal

Pengertian label halal menurut Kotler (2008) label merupakan tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang yang menyatu dengan kemasan.

Pengertian Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2016) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan.

Model Penelitian



Pengembangan Hipotesis Penelitian

Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Ulang

Menurut Waruyanti dan Suyanto (2015) gaya hidup secara luas diidentifikasi sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh cara orang menghabiskan waktu (aktivitas) mereka, apa yang mereka anggap penting dalam lingkungan mereka (minat) dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan lingkungan dunia (pendapat).

Sedangkan menurut Putri & Permatasari (2018) gaya hidup mencerminkan pola konsumsi yang menggambarkan pilihan seseorang bagaimana ia menggunakan waktu dan uang. Pengaruh gaya hidup terhadap minat beli produk diperkuat oleh penelitian Dian Ardhianti, Pradana Jati Kusuma (2023).

H₁ : Gaya Hidup berpengaruh terhadap minat beli ulang produk wardah

Label Halal Terhadap Minat Beli Ulang

Hasil Penelitian yang dilakukan oleh Naputri Dewi (2023) dan Muhammad Faris Naufal (2014) menyatakan bahwa variabel label halal dan inovasi produk secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap variabel minat beli ulang. Jika label halal naik maka minat beli juga akan naik. Ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maisuri Novika (2023) menyatakan bahwa label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Jika label halal turun maka minat beli akan turun.

H₂ : Label Halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk wardah

Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang

Menurut Ernawati (2019) bahwa kualitas produk adalah suatu faktor penting yang mempengaruhi keputusan setiap pelanggan dalam membeli sebuah produk. Menurut Lesmana dan Ayu (2019) bahwa kualitas produk merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia atau tenaga kerja serta lingkungan untuk memenuhi setiap konsumen. Menurut Windarti dan Ibrahim (2017) bahwa kualitas produk merupakan kesesuaian kebutuhan dan keinginan pada setiap produk ke dalam spesifikasi produk, kualitas produk adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan produk, jasa manusia dan lingkungan untuk memenuhi harapan konsumen. Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli diperkuat penelitian Dian Ardhianti, Pradana Jati Kusuma (2023) dan Anisa Nurul Ananda, Nuslih Jamiat (2021) serta Mulyani, Zakiyah Zahara, Ira Nuriya Santi (2015).

H₃ : Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk wardah

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan yaitu konsumen yang membeli maupun menggunakan produk wardah di Jakarta yang melakukan pembelian produk kosmetik Wardah di *Marketplace* Shopee. Adapun teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sample* dengan penentuan rumus *lemeshow* menurut Ridwan dan Akdon (2010).

Berikut rumus sample yang digunakan dalam penelitian ini :

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan rumus diatas, maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden. Namun penelitian ini menggunakan 97 responden karena lebih dari jumlah minimum.

Tabel 1 : Indikator – Indikator Penelitian

Gaya Hidup (X ₁)	1. Kosmetik dapat meningkatkan kepercayaan diri saya dalam beraktivitas
	2. Saya sering menggunakan kosmetik Wardah ketika berpergian
	3. Saat ini, kosmetik Wardah adalah kosmetik yang banyak diminati
	4. Kosmetik Wardah sangat cocok untuk kulit saya
Label Halal (X ₂)	1. Adanya gambar label halal membantu saya mengidentifikasi produk kosmetik sebelum melakukan pembelian
	2. Adanya label halal menjadi pertimbangan saya untuk membeli produk kosmetik
	3. Label halal mencerminkan produk kosmetik yang bebas dari kandungan haram
	4. Saya lebih memilih produk yang ada label halal dibandingkan dengan produk yang tidak ada label halal
	5. Karena terdapat pada kemasan, label halal mempermudah saya untuk mengetahui mutu produk
Kualitas Produk (X ₃)	1. Tampilan produk yang dijual <i>marketplace</i> shopee elegan
	2. Kosmetik Wardah mudah dibawa kemana-mana
	3. Dalam proses pembuatan produk Wardah tidak tercampur dengan bahan yang diharamkan
	4. Produk Wardah yang dijual di <i>Marketplace</i> shopee memenuhi spesifikasi yang menjanjikan
	5. Produk Wardah memiliki masa pakai yang baik
	6. Kemasan produk mudah diperbaiki jika rusak
	7. Produk Wardah yang dijual <i>marketplace</i> shopee sudah menjadi <i>lifestyle</i>
	8. Informasi komposisi pembuatan produk Wardah pada kemasan sangat jelas
Minat Beli Ulang (Y)	1. Saya tertarik untuk membeli ulang kosmetik Wardah karna wajah saya menjadi lebih cerah

	2. Saya tertarik membeli ulang produk Wardah karena adanya rekomendasi dari orang lain
	3. Saya meyakini dengan produk kosmetik Wardah yang akan saya beli
	4. Saya selalu mencari informasi tentang manfaat dari produk Wardah karena penting bagi saya

Model Penelitian

Model penelitian yang digunakan penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Penelitian ini menggunakan persamaan regresi linear berganda dan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Minat beli ulang

a = Konstanta

$\beta_1, \dots, \beta_3$ = Koefisien regresi masing-masing variabel

X1 = Gaya Hidup

X2 = Label halal

X3 = Kualitas Produk

ε = Error

PEMBAHASAN

Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai semua indikator lebih besar dari kriteria 0,1996 bahwa semua pernyataan dalam uji validitas diatas dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha dari semua variabel dalam penelitian ini lebih besar dari 0,6. Maka, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini reliabel. Sehingga item-item pada masing-masing variabel tersebut layak digunakan.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pada hasil output *one sample kolmogorov-smirnov* dapat diketahui nilai *Asymp.Sig* diperoleh sebesar $0,445 > 0,05$ Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi berfungsi dengan baik dan bahwa data penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai tolerance variabel gaya hidup (0,344), label halal (0,564), kualitas produk (0,382) $> 0,1$ dan VIF variabel gaya hidup (2,903), label halal (1,773), kualitas produk (2,621) < 10 untuk semua variabel gaya hidup, label halal, kualitas produk dapat dipastikan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Pada hasil output grafik *Scatterpot* menunjukkan penyebaran titik-titik data sebagai berikut : titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau sekitar angka 0, Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau di bawah saja, penyebaran titik-titik data tidak berpola. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen terbebas dari asumsi klasik heteroskedastisitas.dan layak digunakan dalam penelitian.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 2 : Regresi Linear Berganda

Coefficients^a						
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4,423	1,362		-3,248	,002
	GAYA HIDUP	,438	,114	,351	3,841	,000
	LABEL HALAL	,140	,075	,133	1,854	,067
	KUALITAS PRODUK	,294	,056	,458	5,265	,000
a. Dependent Variable: MINAT BELI ULANG						

Sumber : Hasil Hasil *Output* Pengolahan Data SPSS versi 19

Berdasarkan Tabel 2 di atas dapat diketahui persamaan regresinya yaitu :

$$Y = -4,423 + 0,438 X_1 + 0,140 X_2 + 0,294 X_3$$

Persamaan regresi tersebut diatas dapat di interpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar -4,423 artinya Gaya Hidup (X_1), Label Halal (X_2) dan Kualitas Produk (X_3) nilainya adalah 0, maka nilai variabel minat beli ulang adalah -4,423.
2. Koefisien regresi (β) (X_1) sebesar 0,438 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap. Apabila gaya hidup ditingkatkan 1 satuan mengakibatkan minat beli ulang peningkatan sebesar 1 satuan sebesar 0,438.
3. Koefisien regresi (β) (X_2) sebesar 0,140 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap. Apabila label halal ditingkatkan 1 satuan mengakibatkan minat beli ulang peningkatan sebesar 1 satuan sebesar 0,140.
4. Koefisien regresi (β) (X_3) sebesar 0,294 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap. Apabila kualitas produk ditingkatkan 1 satuan mengakibatkan minat beli ulang peningkatan sebesar 1 satuan sebesar 0,294.

Koefisien Determinasi

Tabel 3 Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,856 ^a	,732	,723	1,978
a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, LABEL HALAL, GAYA HIDUP				

Sumber : Hasil Hasil *Output* Pengolahan Data SPSS versi 19

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R² sebesar 0,723 atau 72,3%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen gaya hidup, label halal dan kualitas produk mampu menjelaskan variabel dependen yakni minat beli ulang sebesar 72,3% sedangkan sisanya (100%- 72,3= 27,7%) dijelaskan oleh variabel lain di luar model yang diteliti.

Uji Kelayakan Keterandalan

Tabel 4 : Uji Kelengkapan Model

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	994,361	3	331,454	84,682	,000 ^a
Residual	364,010	93	3,914		
Total	1358,371	96			
a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, LABEL HALAL, GAYA HIDUP					
b. Dependent Variable: MINAT BELI ULANG					

Sumber : Hasil Hasil *Output* Pengolahan Data SPSS versi 19

Berdasarkan Tabel 4 Uji Kelengkapan Model, uji F menunjukkan bahwa antara variabel independen gaya hidup, label halal dan kualitas produk terhadap variabel dependen yaitu minat beli ulang bahwa F hitung sebesar 84,682. Untuk menentukan F tabel digunakan lampiran statistika tabel F, dengan menggunakan a 5% dengan df = n-k-1 dimana n – jumlah data, k = jumlah variabel independen atau derajat kebebasan ialah 97-3-1 = 93. Maka diperoleh nilai F hitung > F tabel (84,682 > 2,70) dan nilai signifikansinya 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa model layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh gaya hidup, label halal dan kualitas produk terhadap minat beli ulang.

Interpretasi Hasil Penelitian

Pengaruh Variabel Gaya Hidup terhadap Minat Beli Ulang

Hasil pengujian hipotesis yang pertama, pada penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang, hal ini dapat dilihat dari nilai probabilitas yaitu sebesar thitung 3,841 > ttabel 1,986 dan nilai sig 0,000 < 0,05. Hasil penelitian penulis menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang produk kosmetik Wardah.

Pengaruh Variabel Label Halal terhadap Minat Beli Ulang

Hasil pengujian hipotesis yang kedua, pada penelitian ini menunjukkan bahwa label halal tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang. hal ini dapat dilihat dari nilai probabilitas yaitu sebesar thitung 1,854 < ttabel 1,986 dan nilai sig 0,67 > 0,05 Hasil penelitian penulis menunjukkan bahwa variabel label halal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang produk Kosmetik Wardah.

Pengaruh Variabel Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang

Hasil pengujian hipotesis yang ketiga, pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang, hal ini dapat dilihat dari nilai probabilitas yaitu sebesar $5,265 > t_{tabel} 1,986$ dan nilai $sig 0,000 < 0,05$. Hasil penelitian penulis menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang produk kosmetik Wardah.

KESIMPULAN

Penelitian ini merupakan hasil pengolahan data menggunakan program SPSS versi 19 dari hasil pengolahan tersebut diperoleh kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yaitu pengaruh gaya hidup, label halal dan kualitas produk terhadap minat beli ulang produk kosmetik wardah (studi pada konsumen *marketplace* shopee di Jakarta). Maka berikut ini penulis akan menyimpulkan hasil dari pengamatan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, sebagai berikut :

1. Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang produk kosmetik Wardah.
2. Label halal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang produk kosmetik Wardah.
3. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang produk kosmetik Wardah.

Implikasi Manajerial

Implikasi manajerial dari pembahasan dan hasil analisis dalam penelitian mengenai pengaruh gaya hidup, label halal dan kualitas produk terhadap minat beli ulang produk kosmetik Wardah diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan terutama bagi produsen yang menciptakan kosmetik Wardah. Dimana implikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan perusahaan terus meningkatkan gaya hidup, label halal dan kualitas produk serta seluruh karyawan serta jajaran manajemen perusahaan dapat terus meningkatkan gaya hidup, label halal dan kualitas produk Wardah di *marketplace* shopee agar senantiasa terjaga *posisioning* nya, pada akhirnya akan berdampak pada minat beli ulang.
2. Hal-hal yang masih kurang dari gaya hidup, label halal dan kualitas produk agar terus diperbaiki dan disempurnakan agar hasil akhir yang didapat perusahaan lebih maksimal lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, A.N dan N. Jamiat. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Nature Republic. *e-Proceeding of Managemene*. 8 (2), 2355-9357. Doi : <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14818>
- Ardhianti, Dian dan Pradana, J.K .(2023). Pengaruh Harga Produk Kualitas Produk Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Ulang (Body Scrub Scarlet di Aplikasi Shopee). *e-journal Politeknik Negeri Ambon*. 12 (4), 950-962. Doi : <https://ejournal-polnam.ac.id/index.php/JurnalManeksi/article/view>
- Asosiasi, D.,M., I. (2020). Data Produk Kecantikan Terlaris di E-commerce. Diakses dari : <https://digimind.id/data-produk-kecantikan-terlaris-di-e-commerce/>
- Dewi, N. (2023). Pengaruh Label Halal Kualitas Produk dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Ulang Produk Kosmetik Somethinc Di Kabupaten Sukoharjo. *Iain Surakarta Repository*. Doi : <https://eprints.iain-surakarta.ac.id/6373/1/NAPUTRI%20DEWI-195211262-MBS-SKRIPSI.pdf>

- Ghozali. (2013). Memahami Uji T Dalam Regresi Linear. Accounting.binus.ac.id. Diakses dari : <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-t-dalam-regresi-linear/>
- Kementrian.,Agama. (2022). Ditetapkan Label Halal Indonesia Berlaku Nasional. Diakses dari : <https://kemenag.go.id/pers-rilis/ditetapkan-label-halal-indonesia-berlaku-nasional-4aqhvr>
- Lemeshow.(2019). Metode Penelitian. Repository STEI. Diakses dari : <http://repository.stei.ac.id/1537/4/BAB%203.pdf>
- Naufal, M. F. (2014). Analisis Pengaruh Brand Awareness Norma Subyektif Keyakinan Label Halal Terhadap Brand Attitude Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Kosmetik Merek Wardah (Studi Kasus pada Pelanggan Kosmetik Merek Wardah di Kota Semarang). *UNDIP Institutional Repository*. Doi : <http://eprints.undip.ac.id/43043/>
- Novika, M. (2023). Pengaruh Label Halal Harga dan Kualitas Produk Kosmetik Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Konsumen Toko Kotty Kosmetik Banda Aceh). *UIN Ar Repository*.
- Nurfitriana, Silvia dan Francy, i. (2018). Citra Merek Kualitas Produk Harga dan Pengaruhnya Pada Minat Beli Ualng Produk Kecantikan Wardah. 56 (63), 14103737 .Doi:https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=CITRA+MEREK%2C+KUALITAS+PRODUK%2C+HARGA+DAN+PENGARUHNAYA+PADA++MINAT+BELI+ULANG+P RODUK+KECANTIKAN+WARDAH&btnG=#d=gs_qabs&t=1722363478945&u=%23p%3DwwGTdU8ZnqwJ
- Riyanto, S. dan A. A. Hatmawan. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif : Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen. Sleman : Deepublish.Diakses dari : https://www.google.co.id/books/editio n/Metode_Riset_Penelitian_Kuantitatif_Pene/W2vXDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=metode+riset+p enelitian+uantitatif+penelitian+di+bidang+manajemen,+teknik,+pendidikan,+dan+eksperimen&pg=PA374&printsec=frontcover
- Sugiyono. (2010). Objek dan Metode Penelitian. Elibrary Unikom. Diakses dari : https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/2014/9/UNIKOM_YOHANES%20J_BAB%20III.pdf