

DAFTAR PUSTAKA

- (BPOM), Badan Pengawas Obat dan Makanan. 2017. Informatorium Obat Nasional Indonesia Cetakan 2017. Jakarta: Sagung Seto.
- Abdurrahman, & Anggraini, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(4), 224–231.
- Achidah, N., Warso, M. M., & Hasiholan, L. B. (2016). Pengaruh promosi, harga, dan desain terhadap keputusan pembelian sepeda motor mio gt (study empiris pada produk yamaha mio gt di weleri-kendal). *Journal Of Management*, 2(2).
- Adilah, R., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SERUM HANASUI (Studi Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(10), 2823-2841.
- Agustin, Sienny, 2023, Skincare, Kenali Jenis dan Fungsinya [Online]. Didapatkan : <https://www.alodokter.com/skincare-kenali-jenis-dan-fungsinya.html> [18>Desember 2023].
- Anwar, I. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* , Vol. 4 No.12 Hal 1-15.
- Aristamia, D. P., Salim, M. A., & Athia, I. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Armstrong, Kotler 2015, “*Marketing introducing prentice Hall twelfth edition*”. England: Person education.
- Asyarifin, N. A. (2018). Pengaruh produk berlabel BPOM terhadap keputusan beli masyarakat pada kosmetik di ponorogo. *Undergraduate (S1) thesis, IAIN Ponorogo*.
- Atussa'dyah, T. M., & Hartaningtyas, L. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Kemasan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian:(Studi Kasus Soya Nony'z Tulungagung). *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 1(5), 498-511.
- Aulia, M., & Aswad, M. (2022). Pengaruh Islamic Branding, Label BPOM Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Milenial Pada Produk

- Kosmetik Di Kabupaten Nganjuk. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(4), 294-305.
- Aulia, T. (2023). Pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan dan harga terhadap keputusan pembelian pada E-Commerce Shopee di Bandar Lampung. *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 2(2), 58-69.
- Cahyani, E. D., & Purwanto, A. (2020). Edukasi Cemas Mikroba Kosmetik Kelompok PKK RW 09 Kelurahan Klegen Kecamatan Kartoharjo Perumahan Bumi Antariksa Madiun. *Jurnal Daya-Mas*, 5(1), 7-11.
- Danyndra, D. D., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. (2021). Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada CV. Dio Dea Telecell. *Productivity*, Vol. 2 No. 6. e-ISSN. 2723-0112, 477-482.
- Desy dan N, Satria Ardhi, 2021, Mengenal Sisi Positif dan Negatif dalam Penggunaan Skincare [Online]. Didapatkan : <https://ugm.ac.id/id/berita/21564-mengenal-sisi-positif-dan-negatif-dalam-penggunaan-skin-care.html> [20>Agustus 2021].
- Devi Marta Dwi .L, & Theresia Pradiani, I. K. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Diskon, Dan Keputusan Pembelian Online Maharani Prima Skin Care Di Blitar. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148-159.
- Ferdinand, A. (2014). Metode Penelitian Manajemen (pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan disertasi ilmu manajemen) (5th ed.). Agf Books.
- Gain, R., Herdinata, C., & Sienatra, K.B. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda *Shirt*. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis* Vol. 2 No. 2 Juni 2017, pp. 142-150.
- Ghanimata, Fifyanita, and Mustafa Kamal. 2018. “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang).” *Diponegoro Journal of Management* 1(2):1–10.
- Ghozali, I. (2014). Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan *Partial Least Square (PLS)* (4th ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2015) *Partial Least Square* Konsep, Teknik, dan Aplikasi menggunakan Program SmartPLS 3.0.
- Ghozali, I. (2018) Metodologi Penelitian Kuantitatif. Yoga Pratama.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I., dan Latan, H. (2015). Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0 untuk penelitian empiris. Semarang: Badan Penerbit UNDIP, hal. 4(1).
- Hair Jr, J. F. (2020). Next-generation prediction metrics for composite-based PLS-SEM. *Industrial Management & Data Systems*, 121(1), 5-11.
- Hair, J. F., Black. W. C., Babin. B. J.; and AnderSon. R. E. (2010), Multivariate Data Analysis, 7th ed. PearSon Prentice Hall, New Jersey
- Hair, J., dan Alamer, A. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics*, hal. 100027.
- Hasibuan, L. (2022). *Industri Kecantikan Tahan Krisis, Laris Manis Meski Pandemi*. CNBCIndonesia. https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20221104104902-33385138/industri-Prosiding_Seminar_Nasional_Ekonomi_Bisnis_&_Akuntansi_Volume_3_2023_Hal_994-1003
- Hertina, D., & Wulandari, D. (2022). Pengaruh harga, kualitas produk dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5379-5384.
- Joshua, D., & Padmalia, M. (2017). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.
- Kemenperin. (2018). Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%. (<https://kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20>).
- Khoir, A., & Chairy, C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Khusus Pria di Online Shop elvicto. id. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(2), 123-128.
- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2020). *Faktor-faktor pengambilan keputusan pembelian kosmetik berlabel halal*. Penerbit Nem.

- Khusuma, D. T., & Utomo, H. (2021). Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Venice Pure Aesthetic Clinic Salatiga. *Among Makarti*, 13(2).
- Kotler, Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016: *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, Philip (2013), *Strategi Brand Management*, 14eth Edition, England: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edii13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Kumbara. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan. Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5).
- Montolalu, N. A., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital. *Productivity*, 2(4), 272-275.
- Mursid, F. P. (2021). *Pengaruh Labelisasi Halal, Label Bpom Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Metro).
- Nurdin, S., & Setiani, P. N. C. (2021). *Penggunaan Label Halal Dan Harga Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Pada Masyarakat Kota Bandung)*. *Jurnal Sains Manajemen*, 3(2), 111-122.
- Philip Kotler, Gary Armstrong. (2016). *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Jakarta. Erlangga.
- Philip Kotler, Kelvin Lane Keller. (2016). *Marketing Management, London. PearSon Education*
- Pratama 2020, Pengantar Manajemen, Penerbit AE Publishing, 2020
- Pratama, F., & Suwanto, S. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal, Label BPOM Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro. *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 1(3), 505-520.

- Prihartono, R. M. S. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jimea*, 4(1), 106–113.
- Pulungan, P. I. S., dan Rivai, H. A. (2021). No TitlePengaruh locus of control dan efikasi diri terhadap kinerja karyawan dengan keterikatan karyawan sebagai variabel intervening pada PT Semen Padang. *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*.
- Rahmatullah, R. R., & Mangruwa, R. D. (2023). Apakah Harga Dan Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Viral?. *Jurnal E-Bis*, 7(2), 601-609.
- Rosanti, N., & Salam, K. N. (2021). The Effects of Brand Image and Product Quality on Purchase Decisions. *Quantitative Economics and Management Studies*, 2(6), 365-375.
- Saputri, S. A., & Novitaningtyas, I. (2022). Analisis pengaruh kualitas produk dan review beauty vlogger terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik. *Among Makarti*, 15(1).
- Sopiah dan Etta Mamang Sangadji. 2016. *Salesmanship (Kepenjualan)*. Penerbit PT Bumi Aksara.
- Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabet
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Mixed Methods. Aalfabeta. Bandung
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D (Cet.29). Bandung: Alfabeta
- Suhardi, Y., Syachroni, A., Burda, A., & Darmawan, A. (2020). Pengaruh keragaman produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal stei ekonomi*, 29(02), 17-30.
- Sumanti, G. A. W., Ismail, D., & Widhyadanta, I. G. D. S. A. (2022). Pengaruh produk, harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 1(12), 3601-3625.
- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). Pengaruh bauran promosi dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Maybelline di kota Padang.

- Tjiptono, F. dan G. Chandra. 2017. *Manajemen Strategik*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wahyurini, S. C., & Trianasari, N. (2020). Analisis pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Wijaya, A. (2019). *Metode penelitian menggunakan smart PLS* 03.
- Yusra, I., & Nanda, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Kinol Bistro N'Poll Di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 161. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.173>