

DAFTAR PUSTAKA

- Abdjul, Fadillah., Massie, James D. D., dan Mandagie, Yunita. (2022). Pengaruh Content Marketing, Search Engine Optimization Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Feb Unsrat Di E-Commerce Sociolla. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 225. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41752>
- Afifah, Nur., dan Hadi, Reza Khairul. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Suncreen Wardah (Tabir Surya) Di Wardah Store Aeon Mall BSD. *Journal of Economic Academic*, 5(3), 688–707. <https://doi.org/10.47747/jismab.v5i3.1976>
- Aghitsni, Wanda Intan., dan Busyra, Nur. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Althazia, Dhea., dan Aziz, Nazarudin. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk You Transmart Padang. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(2), 601–615. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i2.199>
- Angely, Mely., Asiyah, Siti., dan Primanto, Alfian Budi. (2023). *Pengaruh Content Marketing, Brand Image dan E-WOM (Electronic Word of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Moisturizer Skintific (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UNISMA Pengguna Aplikasi Shopee)*. 13(01), 1477–1486.
- Anugrah, Lia. (2023). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA DIMEDIASI BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE DI SHOPEE (STUDI PADA KONSUMEN MERK THE ORIGINOTE DI SURABAYA) Khuzaini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIESIA) Surabaya*. 2022.
- Ardiansyah, Muhammad Azriel., Saputro, Arie Hendra., dan Akbar, Ridho Riadi. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Brand Lokal Sepatu Patrobas Di Kota Bandung. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1477–1488. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1367>
- Arisandi, Daffa Vicky., dan Widaningsih, Sri. (2022). Pengukuran Efektifitas Pemasaran Digital Instagram Ads Menggunakan Metode Epic (Studi Kasus Di UMKM Lobi Piru, Provinsi Maluku Tahun 2022). *E-Proceeding of Applied Science*, 8(5), 545.
- Batubara, Maryam., Silalahi, Purnama Ramadani., Sani, Sri Aderafika., Syahputri, Rima Rizki., dan Liana, Vega. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Scarlett

- Whitening. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1327–1342. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.931>
- Butarbutar, Diana Florenta SE., MM. (2022). Pengaruh Media Sosial Marketing Bagi Keputusan Pelanggan Onlineshop Livs Store Di Kota Pematangsiantar. *SKYLANDSEA PROFESIONAL Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Teknologi*, 2(1), 87–93.
- Fadhlurrohman, Muhammad Fakhry., Supartono., dan BR, Kurbandi Satpatmantya. (2023). Pengaruh Harga, Brand Image, Dan Inovasi Pada Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Di Matahari Department Store Grand Mall Bekasi. *Sains Manajemen*, 9(1), 28–40. <https://doi.org/10.30656/sm.v9i1.6686>
- Fauzi, Said Ihsan., dan Aisyah, Siti. (2023). Analisis Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada produksi skincare dan obat herbal pada PT. PLM Jaya. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 1512–2520.
- Ghozali, Imam. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.2.9* (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam., dan Latan, Hengky. (2015). *Partial Least Squeres Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, Nuraini., dan Susanti, Retno. (2024). Pengaruh Brand Image, Influencer Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pengguna Skincare Somethinc Di Surakarta). *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 214–226. <https://doi.org/10.62017/jemb>
- Indrawati, Feny., Julianto, Didik Eko., dan Handini, Yuslinda Dwi. (2023). Pengaruh sosial media marketing dan influencer marketing terhadap keputusan pembelian konsumen (studi pada konsumen produk kosmetik wardah di Kabupaten Jember). *Jurnal Strategi Dan Bisnis*, 11(1), 75. <https://doi.org/10.19184/jsb.v11i1.39562>
- Islamiyah, Khoirunnisa., dan Soebiantoro, Ugy. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Mi Instan Sarimi (Studi pada Mahasiswa yang Sedang Kuliah di Surabaya). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1567. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2579>
- Keller, Philip., dan Armstrong, Gary. (2017). Principles of Marketing. In *Pearson Education*. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>
- Kotler, Philip., dan Keller, Kevin Lane. (2016). Marketing Management. In *Pearson Education*.

- Khairunnisa, Shofiyah., Budiayanti, Hety., dan Haeruddin, Muh. Ilham Wardhana (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow (Studi Kasus Pada Konsumen Distributor Ms Glow Panakukkang Di Kota Makassar). *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 2(4), 110–126. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v2i4.502>
- Kumrotin, Evi Laili., dan Susanti, Ari. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870>
- Lita, Qory Diana., Hidayah, Arini., Innayah, Maulida Nurul., dan Aryoko, Yudhistira Pradhipta (2024). Pengaruh Green Marketing, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian The Body Shop di Purwokerto. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 2, 2024–2035. <https://ejournal.mediaantartika.id/index.php/jeba>
- Manik, Cindy Megasari., dan Siregar, Onan Marakali. (2022). p-ISSN: 2827-9832 e-ISSN:2828-335x Available online at <http://https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr>. *Journal Of Social Research*, 1(7), 694–707.
- Meirani, Lita. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Burger Bangor Sepatan. *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin (SinaMu)*, 4, 432. <https://doi.org/10.31000/sinamu.v4i1.7925>
- Permana, Erwin., Putri, Rizqi Septian Eka., Alfinda, Permata Diva., dan Mardhiyah, Muna. (2024). Strategi Pemasaran Produk Skincare Somethinc Di Kalangan Generasi Z. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 7(2), 119–135. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v7i2.29289>
- Praditya, Rayyan Aqila., dan Purwanto, Agus. (2024). The Role of Viral Marketing, Brand Image and Brand Awareness on Purchasing Decisions. *PROFESOR : Professional Education Studies and Operations Research*, 1(01), 11–15. <https://doi.org/10.7777/nr27d428>
- Rahma, Afifa Nur., Firdaus, Vera., dan Sari, Dewi Komala. (2024). Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, the Influence of Brand Ambassador, Brand Image, and Price on Purchase Decisions on Skincare Product Consumer Scarlett Whitening in Sidoarjo City. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(2), 3275–3292.
- Rahman, Zulfiqar Ravi., dan Isa, Muzakar. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Destinasi Kuliner Halal Di Solo Raya. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(1), 89–102. <https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v16i1.866>

- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (ed.)). ALFABETA, cv.
- Sukmawati, Dyah Ayu Rara., Mathori, Muhammad., dan Marzuki, Achmad. (2022). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc (Studi pada Konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha*, 2(2), 579–599.
- Utami, Dyah. Septi., dan Harsoyo, Titik Desi. (2024). Pengaruh Country of Origin, Brand Image, Electronic Word of Mouth, dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Skincare Somethinc. *Journal of Indonesian Economic Research*, 2(2), 30–44. <https://www.fortuneidn.com/>
- Winasis, Caroline Lystia Rut., Widiarti, Halimah Sandra., dan Hadibrata, Baruna. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Umum Manajemen Terapan*, 3(4), 392–403. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>
- Winkok, Jesseline Putriana., William., dan Joe, Sherly. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Brand Ambassador, Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Whitelab Pada Pengguna Whitelab Kota Medan. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 13(2), 126–139. <https://doi.org/10.55601/jwem.v13i2.1016>