

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pelanggan Pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar. *Jurnal Manajemen Maker*, 40.
- Ahmad. (2020). *Manajemen Strategis*. Nas Media Pustaka.
- Aisyah, N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Kecamatan Purwodadi Grobogan. *Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Amin, A. M., & Yanti, R. F. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic. *Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia*, 1.
- Andika, A., & Susanti, F. (2018). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Parfum di Azzwars Parfum Lubeg Padang. *INA-Rxiv*, 9.
- Aqillah, Z., Yuniarsih, N., & Ridwanullah, D. (2022). formulasi dan evaluasi stabilitas fisik serum wajah ekstrak minyak biji anggur (*Vitis Vinifera L.*). *Jurnal Buana Farma Vol 2 No.1*, 27.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Padangsidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Ariska, S. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Naavagreen Natural Skin Care (Survey Pada Konsumen Naavagreen Natural Skin Care). *Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta*.
- Bara, A. K., Cruz, N. S., & Mendoza, C. (2021). Sustainable Packaging Design Elements : The Analysis of Skincare Packaging on Consumer Purchase Decisions of Millenials. *Journal of Business and Management Studies*.
- Barus, N. B., Pangaribuan, M., & Purnami, S. (2021). pengaruh promosi menggunakan media sosial tiktok terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Ms Glow pada mahasiswa di kota medan. *Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, 616.
- Beyhaki, Arifin, Z., & Yulianto, E. (2017). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pembelian Daihatsu Xenia Periode Januari - Desember 2014 Pada PT Daihatsu Jolo Abadi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 31 No.2, 93-99.
- Brahim, M. N. (2019). *Akuntansi dan Keuangan Lembaga*. Yogyakarta: Andi.

- Chaeyeoung, G., & Saeyeoung, S. (2019). A Study on Purchase Decision Factors in Cosmetics Shopping Vol.23, Issue 5. *Journal of Fashion Business*, 111-123.
- Compas. (2021). *Penjualan Skincare Brand Lacoco*. Jakarta: Compas.
- Compas. (2021). *Skincare Lokal Kelas Internasional : Produk Terfavorit Wardah dan Lacoco*. Jakarta: Compas.
- Dwi, D. M., Pradiani, T., & Rachmawati, I. K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian Online Maharani Prima Skincare di Blitar. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Vol.2 No.1*.
- Euromonitor International. (2020). Future Evolution of the beauty Industry. *Euromonitor International*.
- Farahnur, V. P., & Ariani, M. N. (2020). Analysis of Marketing Mix on Purchase Decision of The Body Shop Product in Pejaten Village Mall Outlet . *International Humanities and Applied Sciences Journal (IHASJ) e-ISSN 2622-5808 Vol.3, Issue 1*.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, F., & Haryanto, R. (2019). *Manajemen Kualitas Jasa*. Duta Media Publishing.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafiz, K. A., & Ali, K. A. (2018). The Influence of Marketing Stimuli on Consumer Purchase Decision of Malaysia's Cosmetic Industry. *International Journal Sup. Chain. Mgt Vol.7 No.5*.
- Hidayat, R. (2021). Buying Decision Influence with Price, Product Quality, and Promoting. *International Journal of Economic, Technology and Social Sciences (Injects) 2 (1)* , 216-226.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Julaeha, L. S., & Assiqi, S. (2021). Effect of Price, Sales Promotion and Halal Awareness of Skincare Product Purchases Decisions (Case Study on Shopee App Users in Jakarta). *International Journal of Education, Information, Technology, and Others 4 (4)*, 794-810.
- Karnaeni, G. (2017). *Manajemen Mutu Terpadu*. Makassar: SAH MEDIA.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing. Edisi 15*. Pearson.

- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2019). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Krisdayanto, I., Haryanto, A. T., & Gagah, E. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di I Cafr Lina Putra Net Bandungan. *Jurnal Of Management*. Vol.4, No.4, 1-15.
- Lacoco. (2020). *Lacoco En Nature*, 1.
- Laksana, F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Marisa, O., & Rowena, J. (2019). Pengaruh Brand Image, Harga, dan Kualitas Produk High End Make Up Skincare Pada Generasi Millennial Jakarta. *Jurnal Bina Manajemen Vol.7 No.2*.
- Mauludhin, M., & Suprihhadi, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Trisia Cosmetics di Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM) 7 (10)*.
- 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.
- Moriarty, S., Mitchell, N., Wells, W., & Wood, C. (2018). *Advertising & IMC Principle & Practice*. Inggris: Pearson.
- Muharam, W., & Soliha, E. (2017). "Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Kunsumen Honda Mobilio". *Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papper UNISBANK* , 755-762.
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajaran Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Nainggolan, N. T., Munandar, M., Sudarso, A., Nainggolan, L. E., Fuadi, F., Hastuti, P., . . . Gusman, D. (2020). *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Novita, D., Astuti, L. S., & Lestari, F. A. (2020). Pengaruh Promosi Menggunakan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Be Glow Skincare. *Semnas Ristek (Seminar Nasional Riset dan Inovasi Teknologi) 4 (1)*.
- Nurmawati. (2018). *Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian*. Malang: Media Nusa Creative.
- Nurmawati. (2021). *Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian*. Malang: Media Nusa Creative.

- Pangastuti, J., Sudjino, & Pastiti, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Counter Wardah di Borobudur Kediri. *JIMEK Vol.2 No.1* .
- Prihatini, A. e. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Natasha Skincare Candibaru Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis 9 (3)* , 232-241.
- Priyastama, R. (2017). *Buku Sakti Kuasai SPSS*. Yogyakarta: PT Anak Hebat Indonesia.
- Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data bagi Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta: ANDI.
- Purnomo, D. C., Yanti, M., & Widyassari, A. P. (2021). Pemilihan Produk Skincare Remaja Milenial Dengan Metode Simple Additive Weighting (SAW). *Jurnal Ilmiah Intech: Information Technology Journal of UMUS Vol.3 No.01*, 32.
- Rachbini, W., Sumarto, A. H., & Rachbini, D. J. (2018). *Statiska Terapan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Rani, N. S., & Krishnan, K. D. (2018). Factors That Influence Malay Student in Purchasing Skincare Products in Malaysia . *Journal of Business and Retail Management Research (JBRMR) Vol.13 Issue 1* .
- Rumondang, A. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Rumondang, A. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sari, D. C., Wardhana, A., Darwin, M., Sulaiman, E., Rahmawan, G., Ridwan, M., . . . Sangadji, S. S. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Sarinah, & Mardalena. (2017). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: PrnadaMedia Group.
- Siregar, J. L., Purba, P. Y., Simanjutak, D. C., Halim, R., & Jackson. (2019). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Novage pada PT Orindo Alam Ayu (Oriflame Swedan) Medan. *Jurnal Akrab Juara Vol.1*, 97-108.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suiraoaka, I. P. (2022). *Model Promosi Kesehatan Untuk Meningkatkan Resiliensi Remaja Terhadap Paparan Iklan Makanan yang Tidak Sehat*. Feniks Muda Sejahtera.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran dan Penerapan Edisi 1*. Yogyakarta: Andy.
- Umar, H. (2005). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wijoyo, H. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Insan Cendikia Mandiri.
- Zuraidah, Z., & Putri, A. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skin Care (Studi Pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Cabang Kediri). *Istithmar Jurnal Studi Ekonomi Syariah Vol 4, No 2*.

