

DAFTAR REFERENSI

- Adhawiyah, N., & Yuniati, T. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(6), 1–10.
- Afif, M., & Aswati, N. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Wajah MS Glow (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Perawatan Wajah MS Glow di Kecamatan Prigen). *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 4(2), 147–167.
- Andreas, W. (2019). *Metode Penelitian Menggunakan Smart Pls 03*. Yogyakarta: Innosain.
- Anggara, W. (2021). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Untuk Menggunakan Jasa Ekspedisi JNE Kantor Cabang Sumatera Utara*. Medan: Skripsi Universitas Sumatera Utara.
- Arianthi, D. E., & Sampurna, D. S. (2020). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Shopee)/Analysis Of The Influence Of Brand Image, Service Quality, And Electronic Word Of Mouth On Purchase Decisions*. Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Asy'ari, M. F. (2021). Perempuan dan Standar Kecantikan. Retrieved February 28, 2023, from <https://komahi.uai.ac.id/perempuan-dan-standar-kecantikan/>
- Banjarnahor, A. R. (2021). *Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Batla Jerry, S., & Eleida Alfons, M. (2019). Analysis Of The Effect Of Public Relation And Sales Promotion On Decision Making Processes For Buying Water Refills In Merauke. *International Journal of Mechanical Engineering and Technology*, 10(3), 759–765.
- Batubara, A., & Hidayat, R. (2019). Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan Tiket pada PSA Mihin Lanka Airlines. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(1), 1–12.
- Clow, K. E., & Donald, B. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communication* (18th ed.). London: Pearson Education Limited.
- Detasari, A., & Putra, S. I. (2019). Tingkat Electronic Word Of Mouth Terhadap Kepercayaan Pembelian Online Konsumen Shopee. *Jurnal Administrasi Bisnis Asmi*, 3(1), 51–60.
- Edo, J. P. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kelengkapan Produk, Dan Penggunaan Media Sosial Di Toko Worm Speed Shop Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kota Padang*. Padang: Universitas Andalas.

- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I, & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris* (2nd ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS* (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2021). *Partial Least Squares, Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.2.9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, I. (2020). Perawatan Kulit Jadi Kebutuhan Utama di Masa Pandemi. Retrieved February 28, 2023, from <https://www.beritasatu.com/news/668039/perawatan-kulit-jadi-kebutuhan-utama-di-masa-pandemi>
- Hengky, H., Novianto, N., Putri Yulandi, A., Andrea Puspa, D., & Henly, H. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pelanggan Di Kota Batam Dalam Membeli Skincare Merek Korea. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(3), 380–385.
- Immanuel, D. M., & Maharia, M. A. (2020). Engaging Purchase Decision of Customers in Marketplace Channel: A Study of Fashion Online Retail. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(2), 106–117.
- Indraningsih, R. N., & Fauzi, R. U. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Citra Merek, dan Selebriti Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening di Kota Madiun. *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*. Madiun: Universitas PGRI Madiun.
- Ismanto, J. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Banten: Unpam Press.
- Kamtarin, M. (2012). The Effect of Electronic Word of Mouth, Trust and Perceived Value on Behavioral Intention from the Perspective of Consumers. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 1(4), 56–66.
- Kotler, P, & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (15th ed.). New York: Free Press.
- Kotler, P, Keller, K. L., Goodman, M., Brady, M., & Hasen, T. (2019). *Marketing 87 Management* (15th ed.). New York: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip, & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT Indeks.

- Madiawati, P. N., Pradana, M., & Alrasyid, L. (2018). Analysis Of Celebrity Endorsement Influence On Purchase Interest: The Case Study Of A Skincare Product. *The Euraseans: Journal On Global Socio-Economic Dynamics*, 3(10), 44–51.
- Mahmudah, I. S., & Tiarawati, M. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ponds Flawless White. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 6(2), 98–105.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Martinus, H., & Anggraini, L. (2018). The Effect Of Sales Promotionin Social Mediaon The Students: Purchase Intentionof Face Cleaner Water Product. *Humaniora*, 9(1), 15–22.
- Montolalu, N. A., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital. *Productivity*, 2(4), 272–275.
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 3.
- Nayumi, S., & Sitingjak, T. J. R. (2020). Pengaruh Country of Origin Image, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Innisfree di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 1–9.
- Nurmalasari, D., & Istiyanto, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Merek Wardah di Kota Surakarta. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(1), 42–49.
- Nurvia, O., & Sarasati, B. (2020). The Influence Of Beauty Vloggers On Purchasing Decisions Involving Skin Care Products. *KnE Social Sciences*, 1(1), 65–79.
- Padmawati, N. M., & Suasana, I. (2020). Peran Kepercayaan Merek Dalam Memediasi Pengaruh E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chatime Di Bali. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2621–2641.
- Pahlevi, R. (2021). 5 Produk Skincare Favorit Perempuan, Apa Saja? Retrieved February 28, 2023, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/12/28/5-produk-skincare-favorit-perempuan-apa-saja>
- Rahmadyani, A. D. (2022). Viral di TikTok, 5 Produk Skintific Asal Kanada Ini Bisa Mengatasi Skin Barrier sampai Jerawat! Retrieved February 28, 2023, from <https://www.beautynesia.id/beauty/viral-di-tiktok-5-produk-skintific-asal-kanada-ini-bisa-mengatasi-skin-barrier-sampai-jerawat/b-250639>
- Ranggi, F. B. T. (2021). *Pengaruh Cita Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Pada Keputusan Pembelian Produk Lacoco PT Natural Nusantara*.

Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

- Ridhwan, R. M. (2010). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda All New Jazz di Kota Malang*. Malang: Skripsi Brawijaya University Malang.
- Ristanti, A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 1026–1037.
- Rukmana, I. D. (2022). Pelembap Wajah Terlaris 2022, Berikut 10 Top Brand dengan Angka Market Share Tertinggi! Retrieved February 28, 2023, from <https://compas.co.id/article/data-penjualan-top-brand-pelembap-wajah-terlaris/>
- Sari, F. (2017). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (eWOM) Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung (Studi pada Wisata Coban Rais BKPH Pujon)*. Surabaya: Universitas Brawijaya.
- Setiani, L. R. (2019). *Pengaruh Beauty Vlogger sebagai Elektronik Word of Mouth (e-WOM) dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Jakarta: Alfabeta.
- Sukmawati, D. A. R., Mathori, M., & Marzuki, A. (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 Widya Wiwaha*, 2(2), 579–599.
- Sutiyono, R., & Hadibrata, B. (2020). The Effect Of Prices, Brand Images, And After Sales Service Reinforced Bar Steel Products On Consumer Purchasing Decisions Of PT. Krakatau Wajatama Osaka Steel Marketing. *Dinasti International Journal of Education Management And Social Science*, 1(6), 947–967.
- Syahrial, Y. A. (2015). *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Aneka Karya Glass Di Surakarta*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Tantri, F., & Abdullah, T. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ummat, R., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(6), 2279–2291.
- Wijaya, E., & Warnadi, W. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi

Keputusan Pembelian Secara Online di Shopee: Dampak Dari E-Commerce.
Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen, 7(2), 152–164.

Yunaida, E. (2017). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798–807.