

DAFTAR REFERENSI

- Alma, B. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* Cetakan 5. Bandung: CV Alfabeta. In *Bandung: CV Alfabeta*.
- Annisa, A. N. C., & Oktafani, F. (2021). Pengaruh Promosi Dan E-service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Di Shopee. *EProceedings ...*
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14970>
- Bartlett, J. &. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Focallure Berdasarkan Review Influencer Tasya Farasya*. 53(9), 1689–1699. e – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma website : www.fe.unisma.ac.id (email : e.jrm.feunisma@gmail.com)
- Djaslim Saladin. 2016. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Pelaksanaan, Unsur-unsur Pemasaran*, CV. Linda Karya, Bandung.
- Ghozali, I. 2014. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit UNDIP.
- Gurumoorthy, T. R., Vijayalakshmi, R., & Palanisingh, V. (2019). Buying Decision Process (With Special Reference To Cosmetics). *International Journal of Advance and Innovative Research*, 6(2), 39–43. www.iaraedu.com April - June, 2019. ISSN 2394 - 7780
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education limited. (15th global ed.). In *Small Business Marketing*.
- Kotler dan G. Armstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Damos Sihombing : Penerjemah). Jakarta : Erlangga.
- Minajigi, U., & Asha. (2019). A Study of Consumer Behavior in the Purchasing Decision of Cosmetics. *RESEARCH REVIEW International Journal of Multidisciplinary*, 04(02), 154–157. ISSN: 2455-3085 (Online). www.rjournals.com [UGC Listed Journal]
- Peter, J. P., & Olson, J. C. 2014. Perilaku konsumen dan strategi pemasaran (consumer behavior & marketing strategy). In *Salemba Empat, Jakarta*.
- Safitri, D. D. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan di Online Marketplace (Studi Pada Konsumen di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 1020–1026. ISSN 2337-6078.
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/36016>.

- Sari, D. M. F. P., & Mitaftrotin, M. (2020). Perceived price, product design dan online customer review terhadap purchase intention pada produk wardah di marketplace shopee mall. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 81–89. ISSN: 2528-1208 (print), ISSN: 2528-2077 (online).
<http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Tjiptono, & Fandy. (2015). Strategi Pemasaran. In *Yogyakarta: Andi*. Andi.
- Wardah, P. K., & Emina, M. D. A. N. (2020). *Volume 3 Nomor 2, Tahun 2020 PENGARUH KULITAS DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH, MAKEOVER DAN EMINA*. 3, 139–151. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*. E-ISSN: 2686-620X
- Yang, D., & Lee, C. W. (2016). In-Store Promotional Mix and the Effects on Female Consumer Buying Decisions in Relation to Cosmetic Products. *International Journal of Management, Economics and Social Sciences*, 5(2), 35–56. ISSN 2304 – 1366 <http://www.ijmess.com>

Sumber Lain:

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20191116/12/1171068/hadapi-perubahan-gaya-hidup-berbelanja-ini-startegi-mppa>

<https://koran.tempo.co/read/ekonomi-dan-bisnis/449594/perubahan-gaya-hidup-dorong-industri-kosmetik>

<https://hukumline.com/produk-terlaris-shopee-2020-apa-saja/>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/11/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar-pada-kuartal-iv-2020>

<https://www.wartaekonomi.co.id/read292912/shopee-paling-berjaya-di-indonesia-tokopedia-bukalapak-lewat>

<https://tokokhalista.wordpress.com/2014/04/18/pengertian-e-marketplace/>