

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alamsyah, W. F., & Tanjung, Y. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Skincare Ms Glow. *Jurnal Ekonomi Bisnis Digital*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.47709/jebidi.v2i1.163>
- Amruddin, Roni Priyanda, Tri Siwi Agustina, Nyoman Sri Ariantini, Ni Gusti Ayu Lia Rusmayani, Dwi Astarani Aslindar, Kori Puspita Ningsih, Siska Wulandari, Panji Putranto, Ira Yuniati, Ida Untari, Sari Mujiani, & Dipo Wicaksono. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Pradina Pustaka.
- Anonymous. (2023, February 28). Viral, SKINTIFIC Skincare Paling Diburu dan Raih Banyak Penghargaan. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20230227194144-307-918563/viral-skintific-skincare-paling-diburu-dan-raih-banyak-penghargaan>
- Ariella, I. R. (2018). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid. “*PERFORMA*, 3(2), 215–221. <https://doi.org/10.37715/jp.v3i2.683>
- Aristamia, D. P., Salim, M. A., & Athia, I. (20 C.E.). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(2), 2361–2370.
- Azizah, S. N. (2022). Pengaruh Penerapan Absensi Fingerprint Terhadap Disiplin Kerja Aparatur Sipil Negara Pada Bagian Pengadaan Barang/Jasa Sekretariat Kota Bandar Lampung. *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 1(2), 67–77. <https://doi.org/10.33365/SMART.V1I2.1742>
- Compas. (2024). 5 Brand Perawatan Wajah Terlaris di e-Commerce. *Compas.Co.Id*. <https://compas.co.id/article/top-5-brand-perawatan-wajah/>

- Darma, B. (2021). Statistika Penelitian Menggunakan Spss (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R²). Guapedia.
- Pradiatiningtyas, D. (2020). Preferensi dan Keputusan Pembelian Konsumen pada Aplikasi Belanja Online Saat Pandemi Covid 19 (Studi Kasus: Go Mart dan Aplikasi Sayur Online). *SPEED - Sentra Penelitian Engineering Dan Edukasi*, 12(3), 51–55. <https://doi.org/10.55181/SPEED.V12I3.655>
- GINA. (2019). Global Strategy for Asthma Management and Prevention.
- Goeliling, A., Devi, N. N., Goeliling, A., Sahabuddin, R., & Arimbawa, A. P. (2023). The Influence Of Green Finance And Financial Performance On The Profitability Of Pt Bank Btpn Syariah In The Period 2018-2022. *3rd Borneo International Conference on Islamic Higher Education (BICIHE) 2023*, 1(1), 495–502. <https://journal.iaisambas.ac.id/index.php/bicihe/article/view/2617>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hidayat, M. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Di Kota Gresik. *PERFORMA*, 6(4), 360–369. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i4.2558>
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Unitomo Press.
- Kotler's, P., & Keller's, K. (2008). *Marketing Management* (13th ed.). Prentice Hall.
- Kusumaningtyas, J., & Mudayat, M. (2023). Pengaruh Media Promosi Online, Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cozy Arimbi Eatery Pada Pt. Jaya Kirana Samudra Wibowo [Skripsi]. STIA Manajemen dan Kepelabuhan Barunawati Surabaya.
- Lengkawati, A. S. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Elzatta Hijab Garut). *Prismakom*, 18(1), 33–38.
- Lesmana, I. S., Bahits, A., & Adiswanse, J. (2022). Promosi Dan Fasilitas Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Persada

- Banten. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 515–525.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.590>
- Lestiyani, D. N., & Purwanto, S. (2023). Analisis Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Love terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 886–898.
<https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.5513>
- Mahardini, S., Singal, V. G., & Hidayat, M. (2022). Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Di Wilayah Dki Jakarta. *Ikraith-Ekonomika*, 6(1), 180–187.
<https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i1.2480>
- Mahendra, S., & Edastama, P. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Rating Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Casual Pada Marketplace. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 21–28.
<https://doi.org/10.30640/jumma45.v1i2.317>
- 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(0), 1096–1104.
<https://prosiding.unimus.ac.id/index.php/semnas/article/view/686>
- Nst, V. F. H. (2023). Pengaruh E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Dimediasi Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Pada Indomaret Cabang Mandala By Pass. *Jurnal Ilmiah METADATA*, 5(2), 350–372.
<https://doi.org/10.47652/metadata.v5i2.389>
- Permata, A., & Bhakti, Y. B. (2020). Keefektifan Virtual Class dengan Google Classroom dalam Pembelajaran Fisika Dimasa Pandemi Covid-19. *JIPFRI (Jurnal Inovasi Pendidikan Fisika Dan Riset Ilmiah)*, 4(1), 27–33.
<https://doi.org/10.30599/jipfri.v4i1.669>
- Pramana, M. Z. R., Winarno, S. T., & Amir, I. T. (2023). Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sayuran Melalui Pendekatan Theory of Planned Behavior (Studi Kasus di Pasar Modern Cirtaland, Surabaya). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 86.
<https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i1.2853>

- Pramuswari, I., & Kristiawati, I. (2023). Pengaruh Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Dimoderasi Pengalaman Belanja Produk Fashion Tiktokshop [Skripsi]. STIA Manajemen dan Kepelabuhan Barunawati Surabaya.
- Pratiwi, C. S., & Sidi, A. P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Body Whitening. *RELASI: JURNAL EKONOMI*, 18(1), 192–204. <https://doi.org/10.31967/relasi.v18i1.531>
- Puteri, S. A. (2023, January 28). Pengaruh Influencer Marketing Dalam Platform E-Commerce. Kompasiana. https://www.kompasiana.com/syahnaz35504/63d4ceb004dff03d0337e652/pengaruh-influencer-marketing-dalam-platform-e-commerce?lgn_method=google&google_btn=onetap#google_vignette
- Saidani, B., Lusiana, L. M., & Aditya, S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Website Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang Pada Pelanggan Shopee. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(2), 425–444. <https://doi.org/10.21009/JRMSI>
- Sari, C. R., & Hidayat, A. M. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Uniqlo. *EProceedings of Management*, 8(2), 1361–1368. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14809>
- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Soedarmanto, S., & Suada, K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Gula GUPALAS pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya. *Jurnal Kompetensi Ilmu Sosial*, 1(1), 23–33. <https://doi.org/10.29138/jkis.v1i1.7>
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D) (Cet.17). Alfabeta.

- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D (2nd, Cet.1 ed.). Alfabeta.
- Sukmawati, D. A. R., Mathori, M., & Marzuki, A. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2). <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.487>
- Susanto, H., Wathan, H., Fadhilah, D., dan Perbankan Syariah, K., & Negeri Medan, P. (2021). Pengaruh Efektivitas Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Pada Fintech. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)*, 2(1), 471–476. <https://ojs.polmed.ac.id/index.php/KONSEP2021/article/view/636>
- Syahroni, M. I. (2022). Prosedur Penelitian Kuantitatif. *EJurnal Al Musthafa*, 2(3), 43–56. <https://doi.org/10.62552/ejam.v2i3.50>
- Uyuun, S. N. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Feb Unesa [Skripsi]. Universitas Negeri Surabaya.
- Wahyudi, I., Hadi, S. P., & Dewi, R. S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Tombo Coffe di Kabupaten Batang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 127–133. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.33596>
- Wahyudi, R. (2022). Pengaruh Iklan Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Item Virtual Padangames Online Mobile Legends. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(5), 563–578. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i5.64>
- Wibowo, A., & Purwohandoko. (2019). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimal Investasi, Dan Pelatihan Pasar Modal Terhadap Minat Investasi (Studi Kasus Mahasiswa FE Unesa Yang Terdaftar Di Galeri Investasi FE Unesa). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(1), 192–201. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/25386>
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset*

Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 3(1), 11–18.

<https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i1.81>

ZAP. (2024). ZAP Beauty Index.

