

## DAFTAR PUSTAKA

- Afriyani Dwi Tanti, Edy Nursanta, Widiyarsih, & Siti Masitoh. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Skincare: Perspektif Social Media Marketing, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 5(2), 118–126. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v5i2.2015>
- Agustina, R., & Iqbal Fasa, M. (2024). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN MUTU PENJUALAN PADA PRODUK KOSMETIK DI ERA DIGITAL. *Manajemen Dan Syariah JIEMAS*, 3(2), 121–240. <https://doi.org/10.55883/jiemas.v3i2>
- Alexander Wirapraja, A. S. M. Moch. Y. T. H. M. P. S. S. L. A. P. B. P. D. D. T. D. L. F. S. O. M. (2021). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*.
- Ambarita, L. F., & Wasino, W. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific Di E-Commerce Shopee. *ECo-Buss*, 7(2), 992–1009. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i2.1600>
- Anggraeni Mersa, N., Hasiara, L. O., & Zulfikar. (2024). *PENGANTAR MANAJEMEN*. <https://mediapenerbitindonesia.com>
- Aprelyani, S., & Ali, H. (2024). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Minat Beli Produk Skincare Somethinc Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Shopee pada Generasi Z*. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i3>
- Ardhitama, C., & Asakdiyah, S. (2025). Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Poin Café & Eatery di Bantul. In *Journal Scientific of Mandalika (jsm) e-ISSN* (Vol. 6, Number 5).
- Armstrong, Gary., & Kotler, Philip. (2023). *Marketing: an introduction* (FIFTEENTH EDITION). Pearson.
- Atala Cindy Fatya, Destifa Umari Ramadhanti, & Rayhan Gunaningrat. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare “Skintific.” *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 265–282. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v2i1.860>
- Charviandi, A., Noviany, M. M. H., Suhartini, C. D. Y., Wijaya, M. M. A., Pd, S. I., Al, M. M. M., Abdullah, F., & Kom, S. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN (PERSPEKTIF DIGITAL MARKETING) PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA*.

- Diko, N. F., Saleh, S. E., Mahmud, M., Hafid, R., & Hasiru, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Ratu Meubel di Kecamatan Limboto Kabupaten Gorontalo. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 8(3), 2321. <https://doi.org/10.37905/aksara.8.3.2321-2334.2022>
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2022). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MARKETPLACE SHOPEE. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 63. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.162.392>
- Fajrin, L., & Hayuningtias, K. A. (2025). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, CELEBRITY ENDORSER, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SKINCARE SOMETHINC. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 8(2), 2332–2339. <https://doi.org/10.31539/costing.v8i1.14496>
- Fardha Octavia Pratiwi Supriyadi, & Elmira Siska. (2025). Pengaruh Promosi pada Media Sosial TikTok dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gen Z pada Produk Skincare Glad2Glow. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(5), 107–119. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v3i5.2210>
- Fernando, S., & Simbolon, remista. (2022). PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UNILEVER (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Advent Indonesia). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15.
- Hanafi, I., & Sundari, E. (2023). *Pengantar Manajemen dan Bisnis*.
- Hananto, D. (2021). *PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK JERSEY SEPEDA DI TANGSEL*. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit>
- Hendrayani, E., Prawirosumarto, S., & Syah Putra, R. (2025). *Sistemasi: Jurnal Sistem Informasi Dampak Pengaruh Media Sosial dan Kebiasaan Belanja Online terhadap Perilaku Konsumen dan Identitas Sosial dalam Ekonomi Digital di Indonesia The Influence of Social Media and Online Shopping Habits on Consumer Behavior and Social Identity in Indonesia's Digital Economy*. <http://sistemasi.ftik.unisi.ac.id>
- Hidayat Susilowati, I., & Camelia Utari, S. (2022). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Apotek MAMA Kota Depok*. 6(1). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>
- Iswiyanti, A. S., Rachmat, S. A., Sidiq, A. F., & Salsabila, T. P. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE DI ONLINESHOP

- @SELFCARE.ID. *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 18(2).  
<https://doi.org/10.46975/aliansi.v18i2.529>
- Kamil, R., & Laksmi, ; (2023). *Generasi Z, pustakawan dan vita activa kepastakawanan*. <https://doi.org/10.55981/j.baca.2023.1119>
- Kotler, Philip., Keller, K. Lane., & Chernev, Alexander. (2022). *Marketing management*. Pearson Education Limited.
- Lesmana, N., Hakim, I., Riana, Amriadi, Samsu, I., Mardiani, Heryani, & Hendri. (2022). *Manajemen Pemasaran*.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN Y.O.U PADA HASANAH MART AIR HAJI. *Jurnal Ekonomia*.
- Martini, A. N., Feriyansyah, A., & Venanza, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota Pagar Alam. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 44–53.
- Misra, I., Diah Wulandari, M. S., Sos, S., & Rahma, M. S. E. (2024). *Manajemen Konsep dan Teori* (S. Pd. I., M. S. I. Dr. Muzalifah, Ed.). K-Media.
- Muh. Alifl Rahma Hidayati 2 Munawarah 3. (2025). *Pengaruh Literasi Digital Terhadap Frekuensi Pembelian Online di Platform Shopee Pada Gen Z Muslim di Tanete Riattang*.
- Nur Iryanti, W., Mahardini, S., & Kurniawan, L. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Media Sosial Terhadap. *Jurnal Eonomika*.  
<https://doi.org/10.37817/IKRAITH-EKONOMIKA>
- Oktavian, R. F., & Wahyudi, H. (2022). The Influence of Product Quality and Price on Purchase Decisions. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 379–392. <https://doi.org/10.36555/almana.v6i2.1911>
- Padmadewi, N. K. T., & Sumadi Putra, K. E. (2024). Pengaruh Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Marina Hand and Body Lotion di Kecamatan Buleleng. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2).  
<https://doi.org/10.23887/pjmb.v5i2.62398>
- Piyoh, D. Dela, Rahayu, A., & Dirgantari, D. (2024). *PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN* (Vol. 08, Number 01).
- Reken, F., Erdawati, M., Sri Rahayu, Ms., Roky Apriansyah, M., Hendri Herman, M., DrVirna Sulfitri, C., Hermanto, C., Fatmawati, M., Lia Suprihartini, M.,

- Adi Masliardi, M., & Ni Kadek Dessy Hariyanti, M. (2024). *PENGANTAR ILMU MANAJEMEN PEMASARAN*. [www.gitalentera.com](http://www.gitalentera.com)
- Rimbahari, A., Widjayanti, R. E., & Thahira, A. (2023). PENGARUH VIRAL MARKETING DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PLATFORM TIKTOK. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(2), 457. <https://doi.org/10.25273/capital.v6i2.15304>
- Ristanto, H., Aditya, G., & Teknologi dan Bisnis Semarang, I. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada CV Mitra Sejati Foamindo Semarang). In *JBE Jurnal Bingkai Ekonomi JBE* (Vol. 6, Number 1). <http://itbsemarang.ac.id/jbe/index.php/jbe33>
- Robbins, S. P. ., & Coulter, M. K. . (2021). *Management*. Pearson.
- Solomon, M. R. . (2024). *Consumer Behavior : Buying, Having, Being*. Pearson Education (US).
- Sugiyono. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Alfabeta Bandung. [www.cvalfabeta.com](http://www.cvalfabeta.com)
- Sulistiani, E., Yossinomita, Y., & Prasasti, L. (2025). Pengaruh Harga, Promosi Berbasis Media Sosial Instagram Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Oey Bakery Persijam Jambi. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 3(3), 239–248. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v3i3.412>
- Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). *Manajemen Pemasaran*. 1–138.
- Vanda Verginia. (2025). Pengaruh Harga, Promosi Digital dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Brand Urbn.Kopi (Mobile) di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. *Journal of Community Development*, 6(2), 913–927. <https://doi.org/10.47134/comdev.v6i2.1836>
- Waworuntu, E. C., Mandagi, D. W., & Pangemanan, A. S. (2022). ‘I See It, I Want It, I Buy It’: The Role of Social Media Marketing in Shaping Brand Image and Gen Z’s Intention to Purchase Local Product. *Society*, 10(2), 351–369. <https://doi.org/10.33019/society.v10i2.463>
- Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen* (F. Rezeki, Ed.). PT Kimshafi Alung Cipta .
- Zusrony, E., & Kom, M. (2021). *PERILAKU KONSUMEN DI ERA MODERN*.