DAFTAR PUSTAKA

Adi Rahmasari, D., Sudarijati, & Silaningsih, E. (2023). Pengaruh Pemasaran Media Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Visionida: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *9*(2). https://ojs.unida.ac.id.Jvs,

Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen*. AE Publishing.

Agustina, A., Dolly, F. I., & Widyastuti, I. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Mahasiswi STIA Setih Setio. *Jurnal STIA Bengkulu: Committe to Administration for Education Quality*, *1*(2), 113–124.

Aisyah, S., & Ezizwita. (2025). Pengaruh Perilaku Konsumtif Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Somethinc (Studi Kasus Mahasiswi Feb Unidha Prodi S1 Manajemen). *Journal of Business Economics and Management*, *1*(3).

Alma, B. (2021). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Cetakan ke-14). Alfabeta.

Arman. (2022). *Introduksi Manajemen Pemasaran: Dasar dan Pengantar Manajemen Pemasaran*. LD Media.

Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2022). *Digital Marketing*. Pearson Education Limited.

Dewanggara, I. T., & Zahrah, H. (2026). Social Media Marketing, Brand Awareness, dan Keputusan Pembelian: Studi Kuantitatif pada Produk *Skincare* Pria. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, *2*(1). https://doi.org/10.63822/1wr96q54

Dewi, R., Azhoer Zaenal, M., & Djafar, S. (2025). Pengaruh Media Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Studi Kasus Mahasiswa FEB UMI. *Center of Economic Student Journal*, *8*(1), 2621–8186. https://doi.org/10.56750/csej.v8i1.1051

Dewi, S., Fadhilah, M., & Tria Hatmanti Hutami, L. (2025). Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi Oleh Customer Engagement dan Sikap Konsumen (Studi Kasus pada Suncreen Facetology Platform Tiktok di Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, *14*(2).

Efendioğlu, İ. H. (2019). The Impact of Conspicuous Consumption in Social Media on Purchasing Intentions. *Journal of Business Research - Turk*, *11*(3), 2176–2190. https://doi.org/10.20491/isarder.2019.732

Elliyana, E. (2022). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Cetakan Pertama). Ahlimedia Press.

Haryanto, T., & Nurazizah, S. (2021). *Pengantar Praktis: Pemasaran Digital* (Cetakan Pertama). UM Purwokerto Press (Anggota APPTI).

Iswandi. (2025). *Teori Organisasi* (Cetakan Pertama). PT Penerbit Qriset Indonesia.

Juanim. (2020). *Analisis Jalur dalam Riset Pemasaran Pengolahan Data Spss dan Lisrel*. PT. Refika Aditama.

Kamase, J., & Mahmud, A. (2025). Pengaruh Merek dan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* "Skintific": Studi pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia. *Center of Economic Student Journal*, *8*(3), 2621–8186. https://doi.org/10.56750/b5gzg297

Koesworodjati, Y. (2023). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran: Ancangan Pemikiran Strategis*. Koperasi Jasa Informasi Karya Bersama (Infokarsa).

Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th Edition). Pearson Education.

Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of Marketing* (Nineteenth). Pearson Education Limited.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th Global Edition). Pearson Education.

Kotler. P dan Amstrong. G. (2019). Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1, Edisi 12. Alih Bahasa: Bob Sabaran,Erlangga,Jakarta

Kotler. P dan Gary Amstrong. (2018). *Principles of Marketing Management 17th ed., Global Edition, Pearson Prentice Hall.*

Kusuma, D. A., & Prihastuty, D. R. (2026). Pengaruh Social Media Marketing, Influencer Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Whitelab Pada Generasi Z di Kota Surabaya Barat. *Musytari: Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi*, *25*(2).

Luhgiatno, Sani, I., Zulkarnain, I., Sembiring, R. S. R., Samukroni, M. A., Maryeni, S., Kasim, H., Raflina, R., Supiyah, Solichatin, S., Lustono, Imron, A.,

Nasrullah, A., Abdurohim, & Adha, S. (2024). *Perilaku Konsumen* (Cetakan Pertama). Eureka Media Aksara.

Melindasari, Z., Agung, M., & Nugeraha, P. (2025). A Study On Purchasing Decisions Of The Originote *Skincare* Products in Terms Of Perceived Product Quality, Brand Image, and Lifestyle. *Jurnal Kompetitif Bisnis*, *3*(4).

Musnaini, Wijoyo, H., Indrawan Irjus, & Syahtriatna. (2020). *Digipreneurship (Kewirausahaan Digital)* (Cetakan Pertama). CV. Pena Persada.

Philip, K., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th Ed). The University of Minnesota Libraries Publishing.

Putri, A., & Saodin. (2025). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Produk *Skincare* Azarine Di Al Store Kalianda). *Yume : Journal of Management*, *8*(2), 817–827.

Rachmad, Y. E., Setiawan, Z., Purwoko, Nora, L., Syamil, A., Risdwiyanto, A., Munizu, M., & Manaf, P. A. (2023). *Manajemen Pemasaran : Teori dan Studi Kasus*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Rauf, A., Manullang, S. O., Ardiansyah, T. E., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., Muniarty, P., Firmansyah, H., Mundzir, A., Manalu, V. G., Depari, G. S., Rahajeng, E., Apriyanti, M. D., Riorini, S. V., & Yahawi, S. H. (2021). *Digital Marketing: Konsep dan Strategi* (Cetakan Pertama). Insania.

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2021). *Management* (Fifteenth Edition). Pearson Education Limited.

Rosmaniar, A., Ratih, T., & Tamtomo, H. (2025). From Scroll to Purchase: Dampak Social Media Marketing, Persepsi Label Halal, dan Gaya Hidup terhadap Pembelian Kosmetik Lokal di Kalangan Gen Z Surabaya. *Jurnal Simki Economic*, *8*(2), 507–518. https://jiped.org/index.php/JSE

Setiawan, H., Indah, D. Y., & Baihaqi, M. I. (2025). *Manajemen Sumber Daya Manusia Internasional: Strategi, Tantangan dan Dinamika Global*. Star Digital Publishing.

Siagian, M., Sunargo, Khoiri, M., Rustam, T. A., & Wasiman. (2022). *Pengantar Manajemen*. CV Batam Publisher.

Sinaga, S. V., Sianturi, C. M., & Sihombing, N. E. T. (2026). Pengaruh Informasi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial Dan Hukum*, *4*(2). https://doi.org/10.61104/alz.v4i2.5276

Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior* (Thirteenth Edition). Pearson Education Limited.

Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. CV Pustaka Abadi.

Sugiyono. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan Ke-3). Alfabeta.

Tahir, R., Iswahyudi, S., Ariasih, M. P., Bharoto, V. W. W., Waty, E., Syahputra, H., Raharja, S. J., Salong, A., Ambulani, N., Leuwol, F. S., Rinawati, & S, A. T. (2023). *Pengantar Manajemen*. PT. Sonpedia Publishing.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran* (Cetakan Pertama). Andi Offset.

Utama, A. P. (2023). *Manajemen Pemasaran: Konsep Dasar dan Ruang Lingkup*. Penerbit Adab.

Wardhana, A. (2024). *Business Strategy And Policy In The Digital Edge 4.0* (M. Pradana, Ed.; Cetakan Pertama). Eureka Media Aksara.

Wijaya, A., Jamaludin, Khudori, A. N., Tarecha, R. I., Fauziah, Grace, E., Silitonga, H. P., Amna, Wardhana, A., Umiyati, H., Abidin, N., & Harto, B. (2020). *The Art Of Digital Marketing: Strategi Pemasaran Generasi Milenial*. CV. Media Sains Indonesia.

Wijaya, N., & Zahrah, H. (2026). Analisis Kualitas Produk dan Gaya Hidup dalam Membentuk Keputusan Pembelian Produk *Sunscreen* Noval Wijaya. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, *2*(1). https://doi.org/10.63822/prgp3p42

Wulandari, K., & Wulandari, O. A. D. (2025). Analisis Tren *Skincare* di Kalangan Remaja: Antara Kebutuhan Dan Gaya Hidup. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, *3*(1), 48–53. https://doi.org/10.62017/jimea

Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Yayasan Prima Agus Teknik.