

DAFTAR PUSTAKA

- Bowo, K. A., Hoyyi, A., & Mukid, M. A. (2013). Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen pada Notebook Merek Acer. *Jurnal Gaussian*, 2(1), 29–38.
- Compas.id. (2022). *10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace*. Compas.Id. <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>
- David, F. R. (2011). *Strategic Management: Manajemen Strategis Konsep*. Salemba Empat.
- Digdowiseiso, K., Lestari, R., & Safrina, D. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Brand Image Produk Kecantikan di Aplikasi Sociolla. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(3).
- Fatimah, F. (2017). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI ERA DIGITAL (Studi Kasus pada Ritel Tradisional di Desa Balung Lor Balung Jember). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3(1).
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Grafika Offset.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS.
- Herman. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Gramedia.
- Hudha, A. N., & Sulihyantoro, A. B. (2018). Promosi melalui Media Sosial terhadap Minat Beli. *Jurnal Komunikasi Massa*, 1.
- Jefkins, F. (2013). *Public Relations*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing, Global Edition* (14th ed.). Pearson Education.
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan dan Implementasi Dan Kontrol*. Erlangga.
- Kussudyarsana, & Rejeki, L. (2020). Pengaruh Media Sosial Online dan Media Promosi Offline Terhadap Pemilihan Produk Skincare dan Klinik Kecantikan. *Jurnal Manajemen DayaSaing*, 22(1).
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*.

Salemba Empat.

- Marnoto, Wahyono, E. H., & Fathoni, A. (2019). Effect of Services, Marketing Communication, Price Fitness and Quality Intensity Promotion on Increasing Sales of Fire Extinguishers Pada CV. Jaya Protect Semarang. *Journal of Management*, 5(5).
- Moleong, L. J. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Remaja Rosdakarya.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2012). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.
- Mulyana, A., Sumarwan, U., Hartoyo., & Maulana, A. (2013). Model Perilaku Pembelian Pakaian Kota Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(1), 16–19.
- Nandasari, V. A., & Suyanto, A. (2021). Pengaruh Brand Image, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Produk Through Beauty Vlogger. *E-Proceeding of Management*, 8(6).
- Novita, D., Astuti, L. S., & Lestari, F. A. P. (2020). Pengaruh Promosi Menggunakan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Be Glow Skincare. *Seminar Nasional Riset Dan Teknologi*, 4(1).
- Osman, S., Fah, B. C. Y., & Foon, Y. S. (2011). Simulation of Sales Promotions towards Buying Behavior among University Students. *International Journal of Marketing Studies*, 3(3).
- Purwanti, S. (2020). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Kosmetik Ella Skincare pada Mahasiswi di Universitas Widya Dharma Klaten*. Universitas Widya Dharma Klaten.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT Remaja Rosdakarya.
- Swastha, B., & Irawan. (2013). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Tjiptono, F. (2011). *Manajemen & Strategi Merek*. ANDI.