

DAFTAR PUSTAKA

- Amalaa, A. (2022). Beauty Privilege dalam Film Imperfect. *Syams: Jurnal Kajian Keislaman*, 3(1), 106-118.
- Angelina, Diva. (2022). Apa Produk Kecantikan yang Paling Laris di Indonesia?. Good Stats. Diakses 13 Oktober 2023 dari <https://goodstats.id/article/apa-produk-kecantikan-paling-laris-di-indonesia-RVGfm>
- Chusnah, C., & Nurlailasari, R. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN DARI PT MANDOM (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Kosmetik Watsons Di Pondok Gede). *Kinerja*, 5(02), 298-314.
- Duyen, T. N. M. (2016). Beauty bloggers' influence on Vietnamese young consumers. *Unpublished master's thesis*. Saimaa University of Applied Sciences
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program. Edisi Tujuh. Penerbit Undip. Semarang.
- Hardani. dkk. (2020). Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Group.
- Huda, M., Hartati, N., & Leriani, E. (2023). Pengaruh Word Of Mouth, Daya Tarik Produk dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pelita Manajemen*, 2(01), 76-84.
- Ismayana, S., & Hayati, N. (2018). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk lipstik Pixy. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi)*, 10(2), 1-15.
- Kotler, P. 2014. Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium. Prehallindo. Jakarta.
- Kotler, P dan Keller L. 2012. Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi ke – 13 Alih Bahasa Bob Sabran, MM. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2013). Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Kusumawati, N., Asiyah, S., & Primanto, A. B. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2019). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Kuswanto, H. (2021). Faktor Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Citra Merek, Persepsi Waktu, dan Layanan Purna Jual di Trading Company PTA (Kajian Studi Literatur Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(2), 957–966.
- Mardiana, V., Susanto, S., & Cahyani, P. D. (2023). Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Lipstik Emina: Studi Kasus pada Mahasiswa UST Yogyakarta. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2619-2625.
- Masruroh, R., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Beauty Vlogger Review Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Kosmetik Maybelline Di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(1).
- Mileva, Lubiana. 2018. Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Mahasswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Yang Membeli Starbucks Menggunakan). *Jurnal: Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 58.No. 1. Mei
- Nisa, K., & Soebiantoro, U. (2023). Beauty Vlogger Review, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lipstick Viva (Studi Kasus Pada Konsumen Kosmetik Viva Di Surabaya). *Jurnal E-Bis*, 7(2), 705-716.
- Priansa, Donni Juni. 2017. Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial. Bandung : PUSTAKA SETIA
- Sawitri, I. A. (2018). *Pengaruh Persepsi Label Halal dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Wardah Pada Mahasiswa Pendidikan IPS Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta* (Bachelor's thesis, Irma Ayu Sawitri).
- Sondakh, C. (2015). Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 3(1).
- Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian*. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tri Ajrina, R., & Prihatini, A. E. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LIPSTIK REVLON (Studi pada Konsumen Lipstik Revlon di Kota Semarang) /85/bisnis/2020* (Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Science).
- Ulfa, R. (2021). Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan. *AL-Fathonah*, 1(1), 342-351.
- Umairoh, U. (2020). *Pengaruh Pemasaran Dan Daya Tarik Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Qurban (Studi Kasus BTN Syariah H. Juanda Medan)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan).
- Utami, S. A. R., & Ratna, N. W. (2019). Pengaruh Brand Image dan Product Quality terhadap Purchasing Decision Produk Lipstik Wardah di Kota Sukabum. *Cakrawala Repositori IMWI*, 2(2), 40-49.
- Wulansari, O. A., & Hayuningtias, K. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Kosumen Maybelline Super Stay Matte Ink di Kota Semarang). *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 8(1), 241-247.