

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, N., Henny, H., & Sukma, I. (2021). Penentuan Kosmetik Berdasarkan Jenis Kulit Wajah (Dengan Menggunakan Metode Simple Additive Weighting Dan Certainty Factor). *Simtek: jurnal sistem informasi dan teknik komputer*, 6(1), 36-43.
- Amelfdi, F. J., & Ardyan, E. (2020). Pengaruh brand awareness, brand image, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 5(6), 473-483.
- Aprina, N., & Hadi, E. D. (2024). Pengaruh Product Quality dan Brand Image Terhadap Repurchase Intention yang Dimediasi oleh Customer Satisfaction pada Produk Skincare Skintific di Indonesia. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 7(1), 252-262.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Britania, W., & Roosdhani, M. R. (2024). PENGARUH PERCEIVED QUALITY, BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC (STUDY PADA KONSUMEN DI KABUPATEN JEPARA). *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 13(1), 92-106.
- Deviyanti, M. (2021). *PENGARUH LABEL HALAL HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND KOSMETIK WARDAH DI CITRA COSMETIC SUNGGUMINASA* (Doctoral dissertation).
- Fadhilah, N. N. H. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SKINTIFIC DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG. *JOURNAL SAINS STUDENT RESEARCH*, 2(4), 572-584.
- Farida, F. (2024). *Pengaruh price discount, free shipping, brand image dan celebrity endorser terhadap purchase decision produk Skintific secara online: Studi pada konsumen Skintific di Kota Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Fatya, A. C., Ramadhanti, D. U., & Gunaningrat, R. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare "Skintific". *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 265-282.

- Herawati, H., & Putra, A. S. (2023). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian Azarine Cosmetic. *Journal on Education*, 5(2), 4170-4178.
- Ikbar, I. E. N., Dwiyantri, S., Kusstianti, N., & Megasari, D. S. (2024). KUALITAS DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN MAKE UP ARTIS DALAM PEMILIHAN FOUNDATION UNTUK TATA RIAS WAJAH PENGANTIN INTERNASIONAL. *Jurnal Tata Rias*, 13(2), 95-101.
- Islamiyah, R. N., & Ajizah, N. (2023). Pengaruh Beauty Vlogger Review, Self Congruity Terhadap Purchase Decision Dan Repurchase Intention Pada Pengguna Scralett Whithening Di Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 1(4), 156-167.
- Junaidi, R., & Susanti, F. (2019). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada UPTD Baltekkomdik Dinas Pendidikan Provinsi Sumatera Barat.
- Khumaeroh, F. A., Yanusa, N., Yulianto, A., & Riono, S. B. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus di Toko Kosmetik Levina Beauty Brebes). *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(4), 1-14.
- <https://kumparan.com/info-produk/skintific-produk-mana-ini-asal-perusahaan-dan-3-produk-terbaiknya-23rOkQcETO5/1>
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6 (1), 33–39.
- Lestari, A. O., & Nawangsari, S. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Keragaman Produk Dan Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Make Over (Studi Kasus Pada Konsumen Wanita Di Jabodetabek). *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*, 3(2), 153-166.
- <https://lifestyle.kompas.com/read/2023/12/08/060612720/produk-kecantikan-lokal-masih-unggul-di-tokopedia-beauty-awards-2023?page=all>
- Ludianah, S., Abbas, D. S., Hidayat, I., & Aulia, T. Z. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Institusional, Dewan Komisaris Independen, dan Dewan Direksi terhadap Sustainability Report Disclosure. *JUMBIWIRA: Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 1(3), 41-48.

- Lusiana, F. O., Fatma, I., & Windarto, A. P. (2021). Estimasi Laju Pertumbuhan Penduduk Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda Pada BPS Simalungun. *Journal of Informatics Management and Information Technology*, 1(2), 79-84.
- 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).
- Meidiastri, N., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skin Care Somethinc Pada Platform E-commerce Shopee Di Official Store Somethinc. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 8(2), 266-275.
- Mokoagow, R., Jan, A. B. H., & Soepeno, D. (2024). PENGARUH BEAUTY VLOGGER, ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DAN PRODUCT BUNDLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE SKINTIFIC PADA PLATFORM TIKTOK DI KOTA MANADO. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 12(4), 120-131.
- Nabila, N., Ayuningtyas, N., & Atmanto, D. (2024). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Online Kosmetik Perawatan Wajah Skintific. *Academy of Education Journal*, 15(2), 1191-1201.
- Nugroho, P., Wulandari, C. D., Damayanti, T., & Nadila, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina Kosmetik. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(4), 907-914.
- Nurasmi, N., & Andriana, A. N. (2024). Pengaruh Peran Beauty Vlogger, Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific Di Samarinda. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 4901-4920.
- Permatasari, A. N. I., & Hidayat, A. M. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Tiktok dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Camille Beauty. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 350-355.
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2020). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 1(2), 150-160.
- Puspita, Y., Widyastuti, S., & Miranda, A. (2023). PENGARUH BEAUTY VLOGGER REVIEW DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP

KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK PADA GENERASI Y DAN Z DENGAN VARIABEL CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *JEMBA: JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN AKUNTANSI*, 2(6), 983-998.

Qolbi, N., Kamanda, S. V., & Novel, A. H. (2022). Pengaruh Product Quality, Price, dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Abdullah Said Batam). *JURNAL AL-AMAL*, 1(1), 47-52.

Ramadhani, D. I., & Zaini, M. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Social Media Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 520-536.

Salamah, M., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Peran Social Media Marketing, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Madame Gie Di Kab. Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(10), 2686-2703.

Samuel, H., & Stefhani, N. (2020). Pengaruh Beauty Vlogger Tasya Farasya terhadap Purchase Intention pada Produk Kecantikan Make Over dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 1-10.

Saputri, D. A. (2019). *Analisis Pengaruh Beauty Vlogger Sebagai Reference Group, Lifestyle dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pixy (Studi pada Mahasiswi STIE Putra Bangsa Kebumen)* (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).

Sari, D. P. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, kualitas produk, harga kompetitif, lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524-533.

Setiadi, N. J. (2008). Keputusan Pembelian. *Jakarta: Kencana*.

Setiawati, R., & Indayani, L. Analysis of Brand Awareness, Word of Mouth and Perceived Quality onPurchase Decisions for Shopeefood's Users in Sidoarjo: Analisis Brand Awareness, Word of Mouth dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Shopeefood di Sidoarjo.

Sinaga, S. M., & Rochdianingrum, W. A. (2024). Pengaruh Live Streaming, Online Customer Review, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare di Shopee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 13(4).

- Sintia, I., Pasarella, M. D., & Nohe, D. A. (2022, May). Perbandingan Tingkat konsistensi uji distribusi normalitas pada kasus tingkat pengangguran di Jawa. In *Prosiding Seminar Nasional Matematika dan Statistika* (Vol. 2).
- Tabar, F. A., & Farisi, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Celebrity Endorser, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Jurnal Manajemen & Bisnis Digital*, 2(1), 1-19.
- Valentin, I., & Nalurita, S. (2021). Pengaruh brand image dan beauty vlogger terhadap keputusan pembelian kosmetik make over di media sosial (instagram dan youtube). *Jurnal inovatif mahasiswa manajemen*, 1(2), 169-179.
- Wahyuni, D. P., Pradipa, N. H., Alfariqo, M., & Situmorang, E. S. (2024). Pemilihan Cushion Terbaik untuk Wanita dengan Metode ARAS. *Jurnal Informatika dan Teknologi Informasi*, 3(1), 275-282.
- Yuliani, I., & Parlina, T. Pengaruh Beauty Vlogger, Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlett Whitening Pada Masyarakat Di Kalimantan Timur.

