

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, dan Jogiyanto. (2011). *Partial Least Square (PLS), Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Anggraeni, P. D., dan Sabrina, T. A. (2021). Pengaruh Harga , Citra Merek dan Cita Rasa Terhadap Minat Beli Oleh-Oleh Tempat Wisata di Semarang. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(2), 153–160.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Bilson, S. (2011). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Compas.co.id. (2022). *Top 5 Brand Perawatan Wajah di E-commerce Indonesia dengan Penjualan di atas Rp 10 Miliar*. Diakses pada 5 November 2024. Retrieved from <https://compas.co.id/article/top-5-brand-perawatan-wajah/>
- Ernawati, R., Dwi, A. B., dan Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi , Harga , dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 200–218.
- Farhanah, A., dan Marzuqi, A. M. (2021). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk herbal beauty di kabupaten sukoharjo. *ACADEMIA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(2).
- Fernandi, E. Y., dan Farida, S. N. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(3).
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali. (2015). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hasan, N., dan Satrio, D. (2024). Pengaruh harga, kualitas produk , kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dimoderasi minat beli. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Bisnis (SENESIS)*, 4, 159–170.
- Hartati, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*, 10 (1).
- kumparanBISNIS. (2023, Juli 2023). *kumparan BISNIS*. Retrieved from kumparan BISNIS: <https://kumparan.com/kumparanbisnis/skincare-china-dominasi-pasar-bukti-nyata-algoritma-project-s-tiktok-di-ri-2000DZN0U3u/full>

- Kotler, P. (2018). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*. Prenhalindo. Jakarta.
- Kotler, P., dan Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan Amstrong, G. (2019). *Dasar-dasar Pemasaran*. Penerbit Prentice Hall-Inc. Jakarta.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Mahardini, S., Ibrahim, I. M., dan Riwendi, A. (2023). Kualitas Produk , Harga , dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Wilayah DKI Jakarta Quality of Product , Price , and Service on Tokopedia Purchasing Decisions in the DKI Jakarta Area. *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (JUMPA)*, 10(2), 1–10.
- Mesita, I. A., dan Wahyudi, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific (Studi Pada Brand Skincare Skintific). *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Perpajakan (JEAP)*, 1(3).
- Mulianingsih, S., Hutajulu, D., dan Dzakaria, R. (2023). Pengaruh celebrity endorsement, minat beli dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk implora. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(6), 176–184.
- Nabillah, A. Z., Taruna, H. I., dan Warsono. (2023). Pengaruh Media Sosial Promosi, Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Skincare Somethinc (Studi Kasus Pada Gen-Z Di Jabodetabek). *J-ADBS*, 3(2), 64–73.
- Nafsyiah, H., Fauzi, R. U. A., dan Setiawan, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain Kemasan, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand Skincare Skintific (Studi Kasus Pada Konsumen di Kota Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA)* 5.
- Novita, M. (2024). *Skintific Produk Asal Mana ? Berikut Profil Perusahaan dan Ownernya*. Diakses pada 5 November 2024. Retrieved from <https://www.cantika.com/read/1939006/skintific-produk-asal-mana-berikut-profil-perusahaan-dan-ownernya>
- Ramadhany, S. F., dan Indra. (2024). The Influence of Knowledge , Halal Label , Attitude , Religiosity and Price on Purchase Interest in Korean Halal Cosmetics. *Airlangga Journal of Innovation Management*, 5(1), 126–140.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo*, 8(1), 147–155.
- Schiffman, L., dan Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku Konsumen*. PT. Indeks Gramedia. Jakarta.

- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., dan Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone : Harga Dan Promosi. *JMPIS: Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313.
- Sholichah, A., dan Budiarti, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Produk. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(8).
- Sholihin, M., dan Ratmono, D. (2020). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, F. (2015). *Manajemen Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2016). *Kepuasan Pelanggan: Konsep, Pengukuran, dan Strategi*. Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, F., dan Chandra, G. (2020). *Pemasaran Strategik*. Andi. Yogyakarta.

