

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, W. F., & Tanjung, Y. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Skincare MS Glow. **Jurnal Ekonomi Bisnis Digital**, Vol 2 (1): hlm. 1-10.
- Alma, B. (2016). **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**. Bandung: CV Alfabeta Bandung.
- Anggraini, Y. R. (2023). Pengaruh Terpaan Sales Promotion dan Intensitas Melihat Online Customer Review pada Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific. **Universitas Diponegoro**, Vol 11 (4): hlm 184-192.
- Aprileny, I., Imalia, I., & Emarawati, A. J. (2021). Pengaruh Harga, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pembelian rumah di GARUDA NUSA INDAH blok j, cileungsi pada PT. KENTANIX SUPRA INTERNASIONAL. **Ikraith-Ekonomi**. Vol 4 (3): hlm.243-252.
- Blibli.com. (2024). **Skintific Aman untuk Ibu Hamil**. bliblifriends: <https://www.blibli.com/friends/blog/skintific-aman-untuk-ibu-hamil-07/>. 28 Februari 2024.
- Compas.co.id. (2023). 10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace. Compas.co.id: <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>, 22 februari 2024
- Ermavianti, D., & Susilowati, A. (2019). **Kecantikan Dasar. In Kecantikan Dasar**. Yogyakarta: Andi.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian produk HI Jack Sandals Bandung. **Jurnal Wawasan Manajemen**, Vol.7: hlm 17-32.
- Ghozali, I. (2018). **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25**. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goeliling, A., Devi, N., goeliling , A., Sahabuddin, R., Arimbawa, A. P., Rahman, F., & Muhammad, A. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific. **Seminar Nasional Teknologi Dan Multidisiplin Ilmu (SEMNASTEKMU)** , Vol. 3: hlm 49-61.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J., & Tamengkel, L. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. **Productivity**, Vol. 2(1): hlm. 69-72.

- Haque, M. G. (2021). Pengaruh Kulaitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Berlian Multitama di Jakarta. **Jurnal Ekonomi dan Bisnis** Vol 21 (1): hlm.31-38.
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., & Sri Nugroho, D. W. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran dalam meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis di Kaliwungu). **Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi**, Vol. 19(1): hlm: 76-82.
- Katadata, d. (2024). Ini Produk Kecantikan yang Banyak Diburu Konsumen E-Commerce Indonesia. databoks: <https://databoks.katadata.co.id/>. 29 Februari 2024.
- Kemenko Perekonomian. (2024). Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy. Kementrian Koordinator Bidang Perekonmian: <https://www.ekon.go.id/>. 20 Februari 2024.
- Kemenku RI. (2024). Siaran Pers Kinerja Perekonomian Indonesia di 2023 Tumbuh Kuat di Tengah Perlambatan Ekonomi Global. Kementrian Keuangan Republik Indonesia: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-balinusra/baca-berita/35145/Siaran-Pers-Kinerja-Perekonomian-Indonesia-di-2023-Tumbuh-Kuat-di-Tengah-Perlambatan-Ekonomi-Global.html>. 20 Februari 2023.
- Kompas.id. (2023, Februari 28). Skintific Sukses Raih Beragam Penghargaan dan Jadi Skincare Banyak Dicari. <https://www.kompas.id/>. 14 Maret 2024
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). **Principel of Marketing**. Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). **Manajemen Pemasaran** Edisi 12. Jakarta Barat: PT. Indeks.
- Malau, H. (2017). **Manajemen Pemasaran**. Bandung: Alfabeta.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U pada Hasanah Mart Air Haji. **Jurnal Economi**, Vol.2(2): hlm.476-490.
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace. **Prosiding Seminar Nasional Unimus**, Vol.3: hlm:1096-1104
- Nugroho, I. A., & Dirgantara, I. B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Pemasaran Onlin terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus PT. Havindo Pakan Optima. **Diponegoro Journal of Management**, Vol.10: hlm 1-11.

- Puspaningrum, R., & Nurtantiono, A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Word Of Mouth dan kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Batik Dani Gaya Collection. **Jurnal Ekobis Dewantara**. Vol.5 (2): hlm 129-140.
- Putra, P. (2023). *Radartasik.id*: <https://radartasik.id/brand-skintific-punya-siapa-ternyata-orang-ini/>. 19 Maret 2024.
- Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2020). Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Rown Division Surakarta). **Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan**, Vol.7(2): hlm. 143-152.
- Ristanto, H., Aditya, G., & Catur. (2021). Pengaruh Kualitaas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada CV Mitra Sejati Foamindo Semarang). **Jurnal Bingkai Ekonomi**, Vol.6 (1): hlm. 58-71.
- Rizan, M., Handayani, K. L., & Kresnamurti, A. (2015). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie dan Mie Sedap. **Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)**. Vol 6 (1): hlm 457-478.
- Saputri, S. A., & Novitaningtyas, I. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Review Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. **Among Makarti**, Vol. 15 (1): hlm: 65-76.
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Risk). **Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Eknonomi, dan Akuntansi)** Vol. 5 (3): hlm. 1171-1184.
- Santoso, j. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun). **Jurnal Akuntansi dan Manajemen**, Vol 16 No. 01: hlm 127-146.
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. **Jurnal Mirai Management**, Vol. 8 (1): hlm. 206-211.
- Skintific.id. (2024). *Skintific.id*. (2024),<https://skintific.id/>. 12 Maret 2024.
- Subakti, H. (2023). Bongkar 5 strategi Skintific, Brand Skincare Yang Paling Banyak Diminati. <https://bithourproduction.com/blog/bongkar-5-strategi-skintific/#>. 20 Februari 2024
- Sugiyono. (2016). **Metode Penelitian Manajemen**. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). **Metode Penelitian Kuantitatif**. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono, & Susanto, A. (2015). **Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel Teori dan Aplikasi untuk Analisis Data Penelitian**. Bandung: Alfabeta.
- Sukmawati, D. A., Mathor, M, & Marzuki, A. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc. **Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha**, Vol. 2 (2): hlm. 579 – 599.
- Susanto, R. (2021). Pengaruh Harga dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo di Kecamatan Ciputat Timur Tangerang Selatan. **Journal of Applied Business and Economics (JABE)**, zvol. 7 (4): hlm. 450-457.
- Tjiptono, F. (2012). **Pemasaran Strategik**. edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Wibowo, E. A., & Wulandari, Y. (2020). **SPSS Dalam Riset Layanan jasa dan Kesehatan**. Yogyakarta: Gava Media.