

DAFTAR PUSTAKA

- Abzari, M., Ghassemi, R. A., & Vosta, L. N. (2014). Analysing the effect of social media on brand attitude and purchase intention: The case of Iran Khodro Company. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 143, 822–826.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Ardiansyah, Yul, 2012, Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Ulang, *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*.
- Astuti, I. M. P., & Anggresta, V. (2022). Pengaruh Promo Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Food di Jakarta Selatan. *Jurnal USAHA*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:256140421>
- Basu Swastha dan Irawan. 2013. *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Bithourproduction.com. Bongkar 4 Strategi Marketing Somethinc, Yang Bikin Customer Borong Terus, 24 juli 2023 [diakses 10 desember 2023]. <https://bithourproduction.com/blog/bongkar-4-strategi-marketing-somethinc/>
- Dita Fuadiani O. (2022). PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA KONSUMEN MAKANAN HALAL DI MANADO.
- Dedhy P., SYrifah H., Rahmawati (2017) Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor. *Jurnal ekonomi dan manajemen Volume 14 (1) 2017, 16-23* <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA>
- Elianti, L. D., & Pinasti, V. I. S. (2018). Makna Penggunaan Make Up Sebagai Identitas Diri (Studi Mahasiswi Universitas Negeri Yogyakarta). *E-Societas*, 7(3).
- Fandy, T. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4, Penerbit Andi*. Yogyakarta.
- Fandy, T., & Diana, A. (2016). *Pemasaran esensi dan aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Fandy Tjiptono. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Febryan, F. (2010). *The power of selling*. Elex Media Komputindo.
- Fitria, A., & Hidayat, I. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kupunya Rumah Mode. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(4).
- Gunawan, R., & Arianty, N. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19 Pada Konsumen umkm ikan*

- Lele Di Desa Purwodadi Kecamatan Pagar Merbau* (Doctoral dissertation, UMSU).
- Ghozali, i. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Universitas Diponegoro.
- HAMALI, A. Y., & Anggriani, N. L. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handuk Pada PT Tata Pusaka Sentosa Textile Mills Bandung. *YUME: Journal of Management*, 3(1).
- Intan Suti (2010). PENGARUH BRAND IMAGE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PRODUK ASURANSI SYARIAH (Studi Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Kantor Cabang Lampung)
- Indonesia.go.id. Fenomena Cantik Industri Kosmetik, 3 Desember 2023 [diakses 10 desember 2023] <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/7804/fenomena-cantik-industri-kosmetik?lang=1>
- Indrastuty, D. (2011). RPUL untuk SMP. *Jakarta: Media Pusindo*.
- infobrand.id. Tenar di 2 Marketplace Teratas, Somethinc Raih Penghargaan Brand Choice for Health & Beauty 2023, 06 november 2011, [diakses 10 desember 2023]. <https://infobrand.id/tenar-di-2-marketplace-teratas-somethinc-raih-penghargaan-brand-choice-for-health-beauty-2023.phtml#:~:text=Tak%20heran%20jika%20brand%20Somethinc,produk%20pembersih%20wajah%20dan%20serumnya>.
- Kalele, B., Oroh, S. G., & Sumarauw, J. (2015). Pengaruh Word of Mouth, Daya Tarik Iklan, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Motor Suzuki Satria FU pada PT. Sinar Galesong Mandiri. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3).
- Kasih, S. R., Ramdan, A. M., & Samsudin, A. (2020). Minat beli kaum milenial pengguna instagram. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 3(1), 52–61.
- kompas.id. Industri Kecantikan Tanah Air Punya Prospek Bagus. 25 Oktober 2022 [diakses 10 desember 2023]. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2022/10/25/bpom-menilai-industri-kosmetik-akan-tetap-berkembang>
- katadata.co.id 50 Merek Lokal Paling Populer, 12 juli 2020 [diakses 10 desember 2023]. <https://katadata.co.id/merek-lokal>
- Kotler, Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (15th ed.). Pearson Publishing.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Alexander Sindoro. (2018). *Dasar-dasar pemasaran* (ed 9). Indeks.
- Kotler, P., Burton, S., Deans, K., Brown, L., & Armstrong, G. (2015). *Marketing*. Pearson Higher Education AU.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks. Purchasing.
- Listighfaroh, M. I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cair Feira White Shower Cream Di Surabaya. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- lodi.id. Bagaimana Laju Industri Kecantikan Saat Ini?, 6 Juli 2023 [diakses 10 desember 2023]. <https://lodi.id/2023/07/06/bagaimana-laju-industri-kecantikan-saat-ini/>
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen pemasaran jasa*.
- marketeers.com. Ini Dia Brand Skincare dan Makeup Lokal yang Paling Banyak Dipakai, 01 September, [diakses 10 desember 2023]. <https://www.marketeers.com/ini-dia-brand-skincare-dan-makeup-lokal-yang-paling-banyak-dipakai/>
- Malau, H. (2017). Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. *Bandung: Alfabeta*.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis pengaruh harga, promosi, kepercayaan dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada 212 mart di kota medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 165–173.
- Nasution, M. R., & Yasin, H. (2014). *PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PERUMAHAN OBAMA PT. NAILAH ADI KURNIA SEI MENCIRIM MEDAN*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:152442232>
- Restu Setiawan (2017). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PRODUK ASURANSI SYARIAH (Studi Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Kantor Cabang Lampung)*
- rri.go.id. Pangsa Pasar Besar, Industri Kosmetik Indonesia Makin ‘Glowing’, 19 September 2023 [diakses 10 desember 2023] <https://www.rri.go.id/bisnis/365453/pangsa-pasar-besar-industri-kosmetik-indonesia-makin-glowing>
- Schiffman, K. (2009). *Consumer Behavior*.

- Selvia, M. (2022). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik scarlett whitening pada mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 320–330.
- Silaen, S. (2018). *Metode Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Penerbit In Media.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sunyoto, D. (2013). Teori, kuesioner & analisis data untuk pemasaran dan perilaku konsumen. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D/Sugiyono*. Alfabeta.
- Swastha, B., & Sukotjo, I. (2007). *Pengantar Bisnis Modern: pengantar ekonomi perusahaan modern*.
- teknobusiness.id. SPIRE INSIGHTSSpire Insight: Potensi Pasar Kosmetik Indonesia, 30 Oktober 2020 [diakses 10 desember 2023]. <https://teknobusiness.id/insight/spire-insights/2020/10/30/spire-insight-potensi-pasar-kosmetik-indonesia/>
- Tjiptono, F. (1995). *Strategi pemasaran*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2002). *strategi pemasaran*. Yogyakarta: andi offset.
- Tjiptono, F. (2008). Pemasaran jasa Edisi ketiga. Malang: Bayu Media Publishing.
- Tsaniya, R., & Telagawathi, N. L. W. S. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI KEDAI KOPI NAU KECAMATAN SERIRIT. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(1), 32–39. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i1.34390>
- Tjiptono, F. (2015). *Startegi Pemasaran* (4th ed.). Andi.