

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Firdaus. "Managing Customer Preference for the Foodservice Industry." *International Journal of Innovation* 2, no. 6 (2011).
- Ananda, Putu Divira Vidya, Ni Nyoman Kerti Yasa, Ni Wayan Ekawati, I. Gde Ketut Warmika, dan Ni Wayan Sumariadhi. *DETERMINANTS PURCHASE INTENTION PADA E-COMMERCE : Konsep dan aplikasi*. Media Pustaka Indo, 2023.
- Ansori, Muslich. *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2*. Airlangga University Press, 2020.
- Aprianti, Wina, dan Kartika Imasari Tjiptodjojo. "Pengaruh Brand Ambassador, Brand Awareness dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening." *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 6, no. 2 (2 Februari 2023): 1275–82. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i2.1645>.
- Apriliani, Devi, dan Kristina Anindita Hayuningtias. "ANALISIS PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND ASSOCIATION DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SKINCARE SCARLETT WHITENING." *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)* 6, no. 2 (1 Juni 2023): 1991–2004. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1102>.
- Arfah, Yenni. *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional, 2022.
- ATHIFATUZZAHRA, ATHIFATUZZAHRA. "PENGARUH E-WOM, ONLINE CUSTOMER REVIEW, DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP

PURCHASE INTENTION PRODUK PERAWATAN KULIT LOKAL AVOSKIN: STUDI KASUS MAHASISWI STEI JAKARTA.” Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, 2023. <http://repository.stei.ac.id/10392/>.

Ciputra, William, dan Wibawa Prasetya. “Analisis Pengaruh E-Service Quality, Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction, Trust, Dan Customer Behavioral Intention: Survei Pada Customer Toko Online Wwww.Blibli.Com.” *COMMENTATE: Journal of Communication Management* 1, no. 2 (31 Desember 2020): 109–28. <https://doi.org/10.37535/103001220201>.

“Compas Market Insight Dashboard: Skintific Menempati Posisi Pertama Penjualan Paket Kecantikan di Q1 2024 dengan Nilai Penjualan Lebih dari Rp 70 Miliar! - Kompas,” 21 Juni 2024. <https://kompas.co.id/article/market-insight-paket-kecantikan-skintific/>.

“Compas Market Insight Dashboard: Tren Penjualan Kategori Paket Kecantikan pada Periode Q1 2024 - Kompas,” 20 Juni 2024. <https://kompas.co.id/article/tren-penjualan-paket-kecantikan-periode-q1-2024/>.

Darmawan, Deni. *Metode Penelitian Kuantitatif*. 1 ed. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.

Destiya, Dionita Sabrina. “Pengaruh Brand Trust, Brand Preference Dan Perceived Value Terhadap Purchase Intention Pada Produk Skincare Lokal.” Thesis,

Universitas Islam Indonesia, 2024.

<https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/52641>.

Dr.PH, I. Ketut Swarjana, S. K. M. , M. P. H. *POPULASI-SAMPEL, TEKNIK SAMPLING & BIAS DALAM PENELITIAN*. Penerbit Andi, 2022.

Efendi, Farhan Bachtiar, dan Siti Aminah. “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific (Studi Pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur).” *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)* 8, no. 1 (30 April 2023): 762–66.
<https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1055>.

Gebrina, G., Sapna Biby, Azhar Hasan, dan Z. Zulkifli. “The Influence of Millennial Women’s Lifestyle, Perceptions, and Consumer Preferences on Skincare Purchasing Decisions: A Case Study on Millennial Women in East Aceh Regency.” *Management Research and Behavior Journal* 2, no. 1 (30 Juni 2022): 19–28. <https://doi.org/10.29103/mrbj.v2i1.7536>.

Hasan, Mahmud, Jabal Tarik Ibrahim, dan Bambang Yudi Ariadi. “ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK SAGU IKAN DI KOTA TERNATE PROVINSI MALUKU UTARA.” *PROCURATIO: Jurnal Manajemen & Bisnis* 2, no. 2 (6 November 2023): 56–64.
<https://doi.org/10.62394/projmb.v2i2.67>.

Hasibuan, Linda. “Riset: 80% Warga RI Senang Habiskan Duit untuk Gaya Hidup.” *CNBC Indonesia*. Diakses 29 November 2024.
<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20240816135048-33-563697/riset-80-warga-ri-senang-habiskan-duit-untuk-gaya-hidup>.

- Herdana, Auditya. “Analisis Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness) Pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance (Studi Pada Pru Passion Agency Jakarta).” *JURNAL RISET BISNIS DAN MANAJEMEN* 3 (16 April 2015). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jrbm/article/view/7524>.
- Hidayat, Aziz Alimul. *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. Health Books Publishing, 2021.
- Hilmiyah, Syarifah. “PENGARUH CONTENT MARKETING, BRAND IMAGE, BRAND TRUST DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA SKINCARE PRIA DI JAKARTA,” 2024.
- “Kementerian Agama - Pustaka Lajnah.” Diakses 6 Mei 2025. <https://pustakalajnah.kemenag.go.id/detail/137>.
- Khairiansyah, Naufal, dan Jumawan. “PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE SKINTIFIC.” *Musytari : Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi* 6, no. 9 (14 Juli 2024): 61–70. <https://doi.org/10.8734/musytari.v6i9.4598>.
- KL, Keller. *How To Manage Brand Equity*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1993.
- kompas.id. “Skintific Sukses Raih Beragam Penghargaan dan Jadi Skincare Banyak Dicari,” 28 Februari 2023. https://www.kompas.id/baca/adv_post/skintific-sukses-raih-beragam-penghargaan-dan-jadi-skincare-banyak-dicari.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. 12 ed. New Jersey: PT INDEKS, 2006.
- . *Marketing Management*. 15 [edition]. Boston: Pearson, 2016.

Kristanto. *Analisis Pengaruh Asosiasi Merek, Nilai Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan, serta Hubungannya dengan Retensi Konsumen*. Jakarta: Universitas Indonesia, 2005.

kumparan. “Bukan Brand Lokal, Skintific Produk Mana?” Diakses 15 September 2024. <https://kumparan.com/hello-ladies/bukan-brand-lokal-skintific-produk-mana-1zlMho9wlju>.

Kusuma, I. Gusti Ngurah Agung Gede Eka Teja. *KONSTRUKSI KEPUASAN UNTUK LOYALITAS PELANGGAN: Konsep, Skala, dan Aplikasi*. CV. Intelektual Manifes Media, 2023.

Lia, Ade, Ibdalsyah Ibdalsyah, dan Hilman Hakiem. “Pengaruh Persepsi Konsumen, Labelisasi Halal Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Skincare SR12.” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 2 (2022): 263–73. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i2.788>.

Media, Kompas Cyber. “Industri Kosmetik Nasional Tumbuh Fenomenal, Pemerintah Dorong Hasilkan Produk Berdaya Saing Global.” KOMPAS.com, 20 Februari 2024. <https://money.kompas.com/read/2024/02/20/211327326/industri-kosmetik-nasional-tumbuh-fenomenal-pemerintah-dorong-hasilkan-produk>.

M.Epid, Indra Haryanto Ali, S. KM, Dr Agnes Batmomolin Kes S. Kep Ns M., Nancy Olii MPH S. SiT, Dr Getruida Banon H. Alow MKes SPd, Nurbaiti

- Kes SKM, M., Dr Juliet Tangka M.Kes S. Pd, Anggit Aruwiyantoko M.Pd, dkk. *METODOLOGI PENELITIAN*. Media Pustaka Indo, 2024.
- MM, Dr M. Anang Firmansyah, SE. *PEMASARAN PRODUK DAN MEREK: PLANNING & STRATEGY*. Penerbit Qiara Media, 2023.
- MM, Mila Diana Sari, SE. *PERILAKU KONSUMEN*. Uwais Inspirasi Indonesia, 2023.
- M.Si, Bagus Sumargo, Budyanra S.ST.Stat, dan Robert Kurniawan M.Si. *Metode dan Pengaplikasian Teknik Sampling*. Bumi Aksara, 2024.
- Mukhid, Abd. *METODOLOGI PENELITIAN PENDEKATAN KUANTITATIF*. Jakad Media Publishing, t.t.
- Muliati, Sri Suci, dan Rizni Aulia Qadri. “Pengaruh Social Media Influencer, Product Packaging Dan Consumer Knowledge Terhadap Purchase Intention Oleh-Oleh Kota Batam Dengan Perveiced Value Sebagai Variable Intervening.” *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)* 4, no. 5 (1 Agustus 2023): 5139–47.
<https://doi.org/10.37385/msej.v4i5.1670>.
- Musa, Muh Ichwan. “PENGARUH PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA MARKETPLACE.” *Value Added: Majalah Ekonomi Dan Bisnis* 18, no. 2 (2022): 73–79.
- Narimawati, Umi, Jonathan Sarwono, Dadang Munandar, dan Marlina Budhiningtias W. *Metode Penelitian Dalam Implementasi Ragam Analisis (Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi)*. Yogyakarta: ANDI, 2020.

- Ni'am, Zaki Bahrn. "Penerapan pembelajaran STAD (Student Teams Achievement Division) dan make a match pada mata pelajaran akuntansi untuk meningkatkan hasil belajar siswa kelas XI IPS 4 MAN Malang II Kota Batu / Zaki Bahrn Ni'am." Diploma, Universitas Negeri Malang, 2014. <https://repository.um.ac.id/34719/>.
- Nurchayani, Dina Indah, dan Budi Prabowo. "Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pengguna Skincare Skintific: Studi Pada Pelanggan Moisturizer Skintific Melalui E-Commerce Shopee Di Wilayah Surabaya." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 5 (1 April 2024): 3753–66. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.1223>.
- Olang, Tesalonika Janieke Hereina, Agus S. Soegoto, dan Raymond Ch Kawet. "Pengaruh Promosi Produk Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote Di Cura Beauty Manado." *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 12, no. 03 (2 Agustus 2024): 495–504. <https://doi.org/10.35794/emba.v12i03.56969>.
- P, Kotler, dan Armstrong G. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks, 2004.
- Pane, Dewi Nurmasari, Wulan Dayu, dan Nurul Hasanah. *Determinasi Minat Beli Konsumen*. Serasi Media Teknologi, 2024.
- Pratiwi, Aulia Ayik, dan Raya Sulistyowati. "Pengaruh Brand Ambassador Dan Consumer Preference Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Whitelab (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya) | JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan." Diakses 21 Februari

2025.

<https://jiip.stkipyapisdompu.ac.id/jiip/index.php/JIIP/article/view/844>.

Pratiwi, Dea Mahargia, dan Zaki Bahrin Ni'am. "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa." *Economics and Digital Business Review* 4, no. 1 (19 Januari 2023): 352–63. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v4i1.509>.

Purwianti, Lily. "Pengaruh Religiositas, EWOM, Brand Image dan Attitude terhadap Purchase Intention." *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis* 5, no. 1 (15 Maret 2021): 40–50. <https://doi.org/10.31294/jeco.v5i1.9284>.

Pusat Layanan Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. "Data Mahasiswaa FEBI," t.t.

"Putri Bunga Angkat, 190604047, FEBI, IE.pdf." Diakses 21 Februari 2025. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/34314/1/Putri%20Bunga%20Angkat,%20190604047,%20FEBI,%20IE.pdf>.

Rianto, James. *Strategi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2020.

Richadinata, Kadek Riyan Putra, A. A. Ngurah Bagus Aristayudha, Vitalia Fina Carla Rettobjaan, Ni Made Widnyani, dan Ni Luh Putu Surya Astitiani. *MANAJEMEN PEMASARAN : Konsep Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian*. Media Pustaka Indo, 2024.

Robi'ah, Dinka Wardah, dan Medi Nopiana. "Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare

- Avoskin.” *YUME : Journal of Management* 5, no. 1 (24 Februari 2022): 433–41. <https://doi.org/10.37531/yum.v5i1.1545>.
- Satria, Rofik, dan Hasmawaty A.r. “Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Penjualan Produk KartuAS Telkomsel Cabang Palembang.” *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM* 2, no. 3 (29 September 2021): 160–71. <https://doi.org/10.47747/jnmprsdm.v2i3.361>.
- Simamora, Agnessyah Kardina. “Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Produk Skincare MS Glow Pada Generasi Milenial di Lubuk Pakam,” 1 Juli 2022. <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/17956>.
- Sinambela, Lijan, dan Sarton Sinambela. *Metodologi Penelitian Kuantitatif “Teoretik dan Praktik.”* 1 ed. Depok: Rajawali Pers, 2022.
- Sorrentino, Annarita, Omar A. Alghamdi, Abdullah Alghamdi, dan Pooja Shukla. *Brand Awareness: Recent Advances and Perspectives*. BoD – Books on Demand, 2024.
- Sudaryana, Bambang, dan R. Ricky Agusiady. *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*. Sleman: Deepublish, 2022.
- Sugiyono. *Metode Penelitian “Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.”* Bandung: Alfabeta, 2018.
- Suparwi, Suparwi, dan Laukhatul Jannah. “PENGARUH GREEN MARKETING, BRAND AWARENESS, DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP PURCHASE INTENTION KONSUMEN UNILEVER DI KUDUS.”

Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Syariah 3, no. 1 (25 April 2024): 57–67. <https://doi.org/10.55883/jiemas.v3i1.36>.

SUPRAYOGI, ALFINA YULIANTI. “PENGARUH DIGITAL MARKETING, PERCEIVED VALUE DAN KEPUASAN TERHADAP MINAT BELI ULANG SKINCARE MS GLOW DI KOTA DENPASAR.” Other, Universitas Mahasaraswati Denpasar, 2023. <https://eprints.unmas.ac.id/id/eprint/3503/>.

Supriyanto, dan Stanny Sicilia Rawung. *BUKU AJAR EKONOMI MIKRO MENENGAH: Kajian perilaku konsumen dan teori permainan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.

Suryani, dan Hendriyadi. *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Prenada Media, 2016.

Syahza, Almasdi. *METODOLOGI PENELITIAN*. Revisi. Pekanbaru: Unri Press, 2021.

Timotius, Kris H. *Pengantar Metodologi Penelitian: Pendekatan Manajemen Pengetahuan untuk Perkembangan Pengetahuan*. Penerbit Andi, 2017.

“View of Pengaruh Sosial Media Marketing dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention.” Diakses 17 September 2024. <https://jurnal.astinamandiri.com/index.php/juria/article/view/77/77>.

Wardani, Ratna. *Statistika dan Analisis Data*. Deepublish, 2023.

Yohana, Irma, Yulasmi, dan Lusiana. “Brand Awareness, Perceived Quality, Celebrity Endorser Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian.” *Journal of*

Business and Economics (JBE) UPI YPTK 7, no. 3 (30 September 2022): 446–51. <https://doi.org/10.35134/jbeupiyptk.v7i3.195>.

Zakariah, M. Askari, dan Vivi Afriani. *ANALISIS STATISTIK DENGAN SPSS UNTUK PENELITIAN KUANTITATIF*. Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah Kolaka, 2021.