

DAFTAR PUSTAKA

- A D Wahyuningrum, N.E. (2019, Oktober 24-26). *Analysis of the influence of marketing mix on the sales online of processed products salak (Sallaca zalazza (Gaert) Vass)*. dari iopscience.
- Abubakar, D. R. (2018). *Manajemen Pemasaran* (S. Mahdi (ed.); 1st ed.). Penerbit Alfabeta.
- Ajzen, I., (1988) *Attitudes, Personality, and Behavior*, Dorsey Press: Chicago.
- Arianty, Nel, D. A. dan H. J. (2015). *Manajemen Pemasaran (Pertama)*. Perdana Publishing Penelitian.
- Ariella, I. R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 216-221.
- Arifa, N., Hartono, H., & Robustin, T. P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga serta *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah:(Studi Kasus Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang). *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 1(1), 54-63.
- Chen, S. (2022). Pengaruh *Influencer* Kecantikan Dan Citra Merek Terhadap Minat Membeli. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 20(2), 18-32.
- Diansyah, D., & Nurmalasari, A. I. (2017). Pengaruh Pemasaran Internet Dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kesadaran Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta. *Journal Of Business Studies*, 2(1), 84-98.
- ES, I. S., Darmawan, K., & Nawangsih, N. (2021). Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Make Up Emina Di Kabupaten Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 3(4), 263-268.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi Offset.
- Fandy Tjiptono. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Fatimah, I. R. (2020). Dampak Meningkatnya Harga Masker Di Tengah Mewabahnya *Covid-19* Di Kalangan Masyarakat Ditinjau Dari Sudut Pandang Tindakan Manusia. <https://doi.org/10.31219/osf.io/j5pn9>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Jakarta: CV. Penerbit Qiara Media.

- Fitrah, M., & Luthfiyah. (2017). *Metodologi Penelitian Kalitatif, Tindakan Kelas, & Studi Kasus*. CV. Jejak.
- Fitri, K. N., Nawangsih, N., & Ariyono, K. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Teh Javana (Studi Pada Konsumen Teh Javana di Kelurahan Tompokersan Lumajang). *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 5(1), 1-7.
- Haerunnisa, Z. n, and R.I.Yusuf,(2019) “Beauty Influencer di Instagram Terhadap Gaya Hidup mahasiswi Universitas Islam Makasar, “*j. Komun. dan Organ.*, vol. 1, no. 2, pp. 46-54.
- Hendrayadi, S. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Husein Umar. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Info Brand. (2023). Akhir 2022 Lalu, Brand Kosmetik Milik Gisella Anastasia ini Bukukan 7,2 Juta Transaksi di Madam Gie Official Store. <https://infobrand.id/akhir-2022-lalu-brand-kosmetik-milik-gisella-anastasia-ini-bukukan-72-juta-transaksi-di-madam-gie-official-store.phtml>
- Investor.id. (2022). Industri Kecantikan Tumbuh Pesat Berkat Platform Digital. <https://investor.id/business/309488/industri-kecantikan-tumbuh-pesat-berkat-platform-digital>
- Juanita, H. A., & Lestari, U. P. (2015). Tingkat Kepercayaan Konsumen dan Pemanfaatan *E-Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk *E-Ticket* Pesawat di *Octopus Travel* Surabaya. *Ebis*. Vol. 7. No. 1 (55 – 74)
- K.R. Mahalaxmi and P. Ranjith (2016). *A Study on Impact of Digital Marketing in Customer Purchase Decision in Trichy*. *IJIRST –International Journal for Innovative Research in Science & Technology*| Volume 2 | Issue 10 | March 2016, SSN (online): 2349-6010
- Khasanah, D. M. I., Taufik, M., & Irdiana, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, *Word Of Mouth* (WOM), dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Suku Cadang Bengkel Resmi Honda Ahass 10349 Setia Kawan Motor Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 2(3), 154-159.
- Kotler & Keller. (2015), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13, Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*.Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip and Lane Keller. (2017). *Marketing Manajement, 15th Edition New Jersey*: Pearson Pretice Hall, Inc
- Kotler, P dan Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi & Bisnis: Teori, Konsep & Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengelolaan Data dengan IBM SPSS 22.0)*. Alfabeta.
- Lalamove Indonesia. (2021). 9 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Barang. <https://www.lalamove.com/id/blog/faktor-yang-mempengaruhi-keputusan-konsumen>
- Malau, Harman. (2018). *Manajemen Pemasaran “Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisionla sampai Era Modernisasi Global”*. Bandung: ALFABETA.
- Pakan, E. D., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh *Beauty Influencer* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk *Facial Wash Garnier* di Surabaya. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(3), 764-772.
- Pakpahan, M., Manullang, M. (2014). *Metode Penelitian*. Medan: Ciptapustaka Media.
- Paramita, R. W. D., & Rizal, N. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Edisi 2*. Bantul : Azyan Mitra Media.
- Purba, T. P. & Limakrisna, N. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis di Indonesia*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Putri, S. T. O., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh *Digital Marketing* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Coffe Shop* pada Kedai Kopi Anaqi Di Kabupaten Subang. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 7(2), 906-911.
- Ramadhani, R., & Suprihhadi, H. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Pepsodent pada *Hypermart Ciputra World* Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 8, 1–18.
- Razak, Ismail et, al. (2016). *The Impact of Product Quality and Price on Customer Satisfaction with the Mediator of Customer Value*. *Journal of Marketing and Consumer Research*, Vol. 30.

- Sari, W. P., & Irena, L. (2019). *Komunikasi Kontemporer dan Masyarakat*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Setiyaningrum, Ari., Udaya, Jusuf., Dan Efendi, (2015). *Prinsip-Prinsip pemasaran*, Edisi Pertama, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Silaen, S. (2014). *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Bogor: IN MEDIA.
- Sinaga, Rumandong Eliza Maria dan Andriani Kusumawati. (2018). Pengaruh *Beauty Vlogger* terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampak terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Pengguna Kosmetik Maybelline di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 63, No. 1:187-196.
- Siregar, Syofian. (2014) *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sopiyan, P. (2022). Pengaruh *Digital Marketing* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 249-258.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *metode penelitian kombinasi (mixed method)*. Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. ALFABETA.
- Suhartanto, Dwi, dkk. (2017). *RITEL Pengelolaan dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran: Konsep Memenangkan Persaingan Bisnis dan Menakar Keberhasilan Strategi Menarik Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Suparyanto & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*, In Media, Yogyakarta.

- Techno business media. (2020). *Spire Insight: Potensi Pasar Kosmetik Indonesia*. <https://technobusiness.id/insight/spire-insights/2020/10/30/spire-insight-potensi-pasar-kosmetik-indonesia/>
- Thania, G. S. K., & Anggarini, Y. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, *Online Festival*, dan *Beauty Influencer* terhadap Keputusan Pembelian Produk di Masa Pandemi *Covid-19*. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(2), 275.
- Tjiptono, F. (2014). *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*, Penerbit ANDI, Yogyakarta
- Tri, D. W. T. U. W., Darmawan, K., & Robustin, T. P. R. P. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Setia Kawan Stationery Di Kabupaten Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 2(2), 128-134.
- Wibisono, Ekky Suti. (2019). ‘‘ Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD.Rizky Barokah di Balongbendo’’. *Skripsi. Program Studi Manajemen*, Universitas Bhayangkara Surabaya.
- Widarjono, A. (2015). *Statistika Terapan Edisi Pertama*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Widodo & Mawardi. (2017). *Pengaruh Beauty Vlogger Terhadap Source Characteristics Serta Dampaknya Terhadap Purchase Intention*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 47 (1) : 63-69.
- Wikipedia. (2023). Kosmetik. <https://id.wikipedia.org/wiki/Kosmetik>
- Wongso, M. Y. S. B., & Mahargiono, P. B. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Burger King di Plaza Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(6)