

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., & Hasda, S. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Adhika, B., Perwata, B., Farida, N., & Prihatini, A. E. (2022). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Pizza Hut Buaran Plaza Jakarta). In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 11, Issue 4). <https://Ejournal3.Undip.Ac.Id/Index.Php/Jiab>
- Adisaputro, G. (2019). *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Unit Penerbit Dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Ykpn.
- Agustiani, S., Purnama, S., Program,), Manajemen, S., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Pengaruh Celebrity Endorsement, Lifestyle Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Mahasiswa Teknik Industri*, 6(1).
- Algifari. (2015). *Analisis Regresi Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (3rd Ed.). Bpfe-Yogyakarta.
- Andi Heryawan, F., & Setiawan, H. (2023). *Simba Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 5 Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (Simba) 5 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Madiun Pengaruh Celebrity Endorsement, Electronic Word Of Mouth, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Sepatu Compass Di Kota Madiun)*.
- Andini, N. S. (2024a). *Compas Market Insight Dashboard: Skintific Menempati Posisi Pertama Penjualan Paket Kecantikan Di Q1 2024 Dengan Nilai Penjualan Lebih Dari Rp 70 Miliar!* [Compas.Co.Id. https://Compas.Co.Id/Article/Market-Insight-Paket-Kecantikan-Skintific/](https://Compas.Co.Id/Article/Market-Insight-Paket-Kecantikan-Skintific/)
- Andini, N. S. (2024b). *Compas Market Insight Dashboard: Tren Penjualan Kategori Paket Kecantikan Pada Periode Q1 2024*. [Compas.Co.Id. https://Compas.Co.Id/Article/Tren-Penjualan-Paket-Kecantikan-Periode-Q1-2024/](https://Compas.Co.Id/Article/Tren-Penjualan-Paket-Kecantikan-Periode-Q1-2024/)
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen Sikap Dan Pemasaran*. Deepublish Publisher.
- Ghozali, I. (2013). *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif Untuk Akuntansi, Bisni Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Yoga Pratama.
- Ghozali, I. (2022). *25 Grand Theory Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis (Untuk Landasan Teori Skripsi, Tesis Dan Disertasi)*. Yoga Pratama.
- Gudono. (2016). *Analisis Multivariat* (4th Ed.). Bpfe-Yogyakarta.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., & Utami, E. F. (2020). *Metode Penelitian*

Kuantitatif & Kualitatif. Cv. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.

Hikmawati, F. (2017). *Metodologi Penelitian*. Pt. Rajagrafindo Persada.

Ihrom, R. Y., Lestari, E. D., & Bakti, M. H. S. (2018). Pengaruh Store Atmosphere, Design Product Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Le Mineral (Studi: Kantin Sekolah Menengah Atas Negeri Di Kecamatan Lumajang). *Jurnal Riset Manajemen*, 1.

Khotimah, W. N., Setyobakti, M. H., & Kasim, K. T. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Shopee (Studi Kasus Pada Konsumen Erigo Di Kota Kraksaan). *Jobman: Journal Of Organization And Business Manajemen*, 5.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th Ed.). Pt. Indeks.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th Ed.). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (15th Ed.). Pt. Indeks.

Kotler, P., Kertajaya, H., & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0: Bergerak Dari Tradisional Ke Digital*. Pt. Indeks.

Kristinia, A. R., Sholihin, U., & Zamzam, N. A. N. (2024). Pengaruh Diferensiasi Produk, Brand Image, Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Aneka Produk Buket (Studi Umkm Pada Nusantara.Id Di Kota Kediri). *Musytari*, 10.

Lestari, R., & Pitri Nainggolan, N. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Influencer Marketing Dan Ewom, Terhadap Keputusan Pembelian Viva Cosmetic Di Kota Batu. *Economic Reviews Journal*, 3(3). <https://doi.org/10.56709/Mrj.V3i3.374>

Limba, C. H. (2023). Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk, Kinerja Pelayanan Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Botani Café Dan Resto Di Pontianak. *Bisma*, 7.

Made Enayanti, N., & Sukanti, N. K. (N.D.). *Pengaruh Citra Merek Dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Wardah Pada Generasi Z (Studi Kasus Di Kota Denpasar)*.

Multazam Ibrahim, L., & Suastrini, F. (2024). The Influence Of Content Marketing, Brand Engagement And Electronic Word Of Mouth (E-Wom) On Purchase Decision In Instagram Application (A Study On Users In The City Of Mataram). *Nusantara Hasana Journal*, 4(2).

Nugroho, Y. A. (2011). *It's Easy Olah Data Dengan Spss*. Skripta Media.

Nur Simamora Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Al-Washliyah Sibolga, F., & Yanti

- Situmeang Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Al-Washliyah Sibolga, E. (2018). Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Showroom Garuda Sibolga. In *Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan Juripol* (Vol. 1, Issue 1). Wwww.Otomotifhot.Net
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen*. Widya Gama Press.
- Pasaribu, B. S., Herawati, A., Utomo, K. W., & Aji, R. H. S. (2022). *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi Dan Bisnis*. Media Edu Pustaka.
- Prahasti, E. N., Robustin, T. P., & Fauziah, A. (2022). Pengaruh Diferensiasi, Divesifikasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Le Mineral (Studi Kasus Konsumen Le Mineral Di Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang). *Jobman: Journal Of Organization And Business Management*, 4.
- Priansa, J. D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Alfabeta.
- Rizma, O. A., & Purwanto, H. (2023). *Simba Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 5 Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (Simba) 5 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis universitas PGRI Madiun Pengaruh Kelompok Referensi, Gaya Hidup, Keragaman Produk, Ewom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani Reshare Madiun*.
- Sahir, S. H. (2021). *Metode Penelitian*. Penerbit Kbm Indonesia.
- Sari, M. D. (2023). *Perilaku Konsumen*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Setiadi, J. N. (2019). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan Dan Keinginan Konsumen* (3rd Ed.). Prenada Media.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan Dan Promosi*. Salemba Empat.
- Statista.Com. (2024). *Pendapatan Pasar Kosmetik Di Seluruh Dunia Dari Tahun 2019 Hingga 2029 (Dalam Miliar Dolar As)*. Departemen Riset Statista. <https://www.statista.com/forecasts/1272313/worldwide-revenue-cosmetics-market-by-segment>
- Statistik, B. P. (2024). *Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribu-Jiwa), 2022-2024*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/mtk3nsmy/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun--ribu-jiwa-.html>
- Studi Manajemen, P., Ekonomi, F., Place Shopee Di Kabupaten Majene Nasmawati, M., Shaleh, M., Syamsuddin, S., & Yamin, M. M. (2024). Manarang: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Pengaruh Ewom Dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2, 41–51. <https://ojs.unsulbar.ac.id/manarang>

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R&D* (3rd Ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian & Pengembangan Research And Development*. Alfabeta.
- Sunyoto, D., & Sakseno, Y. (2022). *Perilaku Konsumen*.
- Viora, S., Wulandari, O. A. D., & Yuningsih, Y. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Skincare (Studi Pengguna Skincare Skintific Di Kota Cirebon). *Eco-Buss*, 7(2), 1307–1316. <https://doi.org/10.32877/Eb.V7i2.1812>
- Widarjono, A. (2015). *Analisis Multivariat Terapan Dengan Program Spss, Amos, Dan Smartpls* (2nd Ed.). Upp Stim Ykpn.
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Yayasan Prima Agus Teknik.
- Zuzmawati Zuzmawati, & Silvi Wulandari. (2024). Pengaruh Diferensiasi Produk, Penetapan Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2(3), 163–179. <https://doi.org/10.59059/Jupiekes.V2i3.1604>