



## DAFTAR PUSTAKA

### 1.) Buku Teks

Donald R. Cooper, Pamela S. Schindler (2017), *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi 12-  
Jakarta: Salemba Empat

Ghozali, Imam dan Latan, Hengky (2017). *Partial Least Square: Konsep, Metode,  
dan Aplikasi menggunakan program WarpPls 5.0*, Edisi ke-3. Semarang: Badan  
Penerbit Universitas Diponegoro.

Philip Kotler dan Gary Armstrong (2018). *Principles of Marketing*, 17th Global  
Edition. New Jersey: Pearson Prentice

Philip Kotler, Kevin Lane Keller (2018), *Marketing Management, 14th Global Edition*, p.  
cm

### 2.) Jurnal

Anggraeni, Rima Dwi, Edriana Pangestuti, and Lussy Deasyana Rahma Devita. 2018.  
“Pengaruh Endorsement Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Make Up Brand Lokal  
(Survey Pada Peminat Kosmetik LT Pro Yang Dipengaruhi Oleh Video Vlog Ini  
Vindy Di Kota Malang )Jurnal Administrasi Bisnis.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 60  
(1): 155–62. <http://www.indonesiaeconomicforum.com>.

Aptaguna, Angga, and Endang Pitaloka. 2016. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga  
Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek.” *Widyakala Journal* 3 (2012): 49.  
<https://doi.org/10.36262/widyakala.v3i0.24>.

Ariyanti, Anik, and Rochmad Fadjat Darmanto. 2020. “Analisis Terhadap Faktor-Faktor  
Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Wardah Cosmetics.” *Jurnal Manajemen  
Kewirausahaan* 17 (2): 143. <https://doi.org/10.33370/jmk.v17i2.465>.

Aswad, Syaiful, Realize Realize, and Ronald Wangdra. 2018. “Pengaruh Harga Dan  
Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat  
Kampung Air Batam Center.” *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas  
Putera Batam)* 6 (2): 77. <https://doi.org/10.33884/jimupb.v6i2.681>.

Bakti, Umar, Hairudin, and Maria Septijantini Alie. 2020. “Pengaruh Kualitas Pelayanan,  
Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada Di Bandar  
Lampung.” *Jurnal Ekonomi* 22 (1): 101–18.  
<https://mediakonsumen.com/2018/05/14/sur>.

Halim, Nico Rifanto, and Donant Alananto Iskandar. 2019. “Pengaruh Kualitas Produk,  
Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli.” *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis  
(JRMB) Fakultas* 4 (3): 415–24.

Ifur, Anwar, and Satrio Budhi. 2009. “PENGARUH HARGA DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Budhi Satrio Sekolah Tinggi

Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.” *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 4 (12): 15 Of 15.

Indika Deru R, and Cindy Jovita. 2017. “Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen.” *Jurnal Bisnis Terapan* 1 (01): 25–32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>.

Liem, Ivana Stephanie Khustanti (2019) *Pengaruh Harga dan Resiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Melalui Media Sosial (Studi Kasus pada Konsumen Toko K-pop Online yang Berjualan Melalui Media Instagram)* / Ivana Stephanie Khustanti Liem / 72150192 / Pembimbing : Tumpal J.R. Sitinjak. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta.

Minandari, Ellisyah. 2020. “Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Dinas Pengendalian Penduduk Dan Keluarga Berencana Kabupaten Musi Banyuasin.” *Jurnal Manajemen Kompeten* 3 (2): 39–51. [www.journal.uta45jakarta.ac.id](http://www.journal.uta45jakarta.ac.id).

Mubarok, Dadan Abdul Aziz. 2016. “Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Mahasiswa Kelas Reguler Sore STIE INABA Bandung).” *Jurnal Indonesia Membangun* 3 (1): 61–76.

Ningsih, Tessa Surya, and Siska Lusya Putri. 2020. “Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Erigo Melalui Instagram).” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas* 22 (2): 348–57. <https://doi.org/10.47233/jebd.v22i2.144>.

Ongkowidjaja, Yulita, and Miharni Tjokrosaputro. 2020. “Citra Merek Dan Dukungan Selebriti Untuk Memprediksi Ekuitas Merek Berbasis Pelanggan Pengguna Shopee: Kredibilitas Merek Sebagai Variabel Mediasi.” *Development of Research Management* 15 (2): 227–43.

Rasyid, Harun Al, and Agus Tri Indah. 2015. “Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Di Kota Tangerang Selatan.” *Perspektif* 16 (1): 39–49. <https://doi.org/2550-1178>.

Shaw, Steven J., and Kenneth R. Davis. 1973. *Marketing Management. Journal of Marketing*. Vol. 37. <https://doi.org/10.2307/1250781>.

Sutrisno, Niantoro, and Anisya Dwi Haryani. 2017. “Influence of Brand and Product Quality on Customer’S Buying Decision in South Cikarang Bekasi Regency.” *Jurnal Lentera Bisnis* 6 (1): 85. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v6i1.169>.

Tanuwijaya Rachman, Jessica; Mulyandi. 2021. “Pengaruh Viral Marketing Dan Turbo Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc.” *Jurnal Sosial Sains I* (Vol. 1 No. 5 (2021): Jurnal Sosial dan Sains (SOSAINS)): 368–73. <http://sosains.greenvest.co.id/index.php/sosains/article/view/81/118>.

Thoby, Kevin Daniel, and Agus Wahyono. 2021. “Analisis Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Promosi Dan E-Quality Service Terhadap Keputusan Pembelian Di Zara Central Park Pada Masa Pandemic Covid-19.” *Jurnal Manajemen Universitas Satya*





Hak Cipta dilindungi Undang-Undang  
© Hak Cipta dilindungi Undang-Undang  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3.) Website dari Media Internet

Bagusmana.id 2021 Bagus mana Somethinc vs Avoskin diakses 2021  
<https://bagusmana.id/bagus-mana-somethinc-vs-avoskin/>

Instagram, <https://www.instagram.com/somethincofficial/>

Instagram, <https://www.instagram.com/tasyafarasya/>

Kompas.com 2021, Mengenal Irene Ursula, Perempuan di Balik Kesuksesan Produk Kecantikan Lokal Somethinc, di akses 24 April 2021  
<https://www.kompas.com/parapuan/read/532665005/mengenal-irene-ursula-perempuan-di-balik-kesuksesan-produk-kecantikan-lokal-somethinc>

Kontan.co.id 2019 Pasar produk perawatan kulit punya potensi berkembang, di akses 14 Agustus 2019  
<https://industri.kontan.co.id/news/pasar-produk-perawatan-kulit-punya-potensi-berkembang>

Kumparan.com 2020 Ini 5 Brand Skincarew Penyumbang Penjualan Terbesar di E-commerce, diakses 15 September 2019  
<https://kumparan.com/swaonline/ini-5-brand-skincare-penyumbang-penjualan-terbesar-di-e-commerce-1uCiWjcfHw4>

Somethinc, <https://somethinc.com/en/>

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.