



DAFTAR PUSTAKA

Buku

Andrian, Wahyu, C. I., Jumawan, & Nursal, M. F. (2022). *Perilaku Konsumen*. Malang: Rena Cipta Mandiri.

Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang

Hair, J. F., Black, W. C., Barry, J. B., & Rolph, E. A. (2019). *Multivariate Data Analysis 8th Edition*. London: Cengage.

Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

Kotler, P., & Armstrong, G (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education.

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management 16e*. London: Pearson Education.

Nisa, H. Q. L (2022). *Pengaruh Beauty Influencer, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Make Over Di Indonesia*. Bandar Lampung: Universitas Lampung.

Radjab, E., & Jam'an, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.

Riyanto, S., & Hatmawan, A.A (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Madiun: Universitas PGRI Madiun.

Rizal, H. B. (2023). *Pengaruh Review Beauty Influencer, Gaya Hidup Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Azarine Di Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru*. Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Schindler, P. S. (2022). *Business Research Methods* (14th edition). MC Graw Hills.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

Jurnal

Baluch, A. N., Mi'raj, I. F., Putra, A. D., & Ruslan, B. (2021). *Kredibilitas Influencer Dalam Mempromosikan Produk Make Over Cosmetics Di Kalangan Mahasiswa*. JIP (Jurnal Industri dan Perkotaan), 21-26.

Fatmaningrum, S. R., Susanto, & Fadhilah, M. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea*. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi), 4, 176-188.

Laila, E. J., & Sudarwanto, T. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani Di Butik Qta Ponorogo*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga, 06, 1-9.



Montolalu, N. A., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. C. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital. Productivity*, 2, 272-275.

Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang)*. Prosiding Seminar Nasional Unimus, 3, 1096-1104.

Napitupulu, F. (2019). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Ramayana Lestari Sentosa. FEB UNMUL*, 1-9.

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.

Sherli, Yuliaty, L. N., & Hasanah, N. (2023, Januari). *Pengaruh Beauty Influencer Dan Percieved Price Fairness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare. Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)*, 9, 305-317.

Thania, G. S., & Anggarini, Y. (2021). *Pengaruh Gaya Hidup, Online Festival, Dan Beauty Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Pandemi Covid-19. Cakrawangsa Bisnis*, 275-286.

Website

Compas (2022), “Data Penjualan Serum Periode 1-15 September 2022” diakses pada 4 Desember 2023. <https://compas.co.id/article/data-penjualan-serum-brand-lokal/>

Compas (2022), “Top Rank Pelembab Wajah Terlaris di Shopee, Tokopedia, dan Blibli Periode: 1-15 Maret 2022” diakses pada 27 November 2023. <https://compas.co.id/article/pelembab-wajah-terlaris/>

Compas (2022), “Top 5 Rank Perawatan Wajah Terlaris di E-Commerce Kuartal II-2022” diakses pada 27 November 2023. <https://compas.co.id/article/top-5-brand-perawatan-wajah/>

Compas (2022), “Top Rank Brand Serum Wajah Terlaris 2022 Periode 16 – 21 Agustus 2022” diakses pada 4 Desember 2023. <https://compas.co.id/article/serum-wajah-terlaris-2022/>

Databoks (2022), “Perkiraan Pendapatan Produk Perawatan Diri dan Kecantikan di Indonesia (2014-2027)” diakses pada 27 November 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/05/makin-meroket-pendapatan-produk-kecantikan-dan-perawatan-diri-di-ri-capai-rp11183-triliun-pada-2022#:~:text=Produk%20Konsumen-Makin%20Meroket%2C%20Pendapatan%20Produk%20Kecantikan%20dan%20Perawatan%20Diri%20di%20RI,Rp111%2C83%20Triliun%20pada%202022&text=No.>

Databoks (2023), “Proporsi Tipe Influencer yang Mempengaruhi Perempuan dalam Memilih Produk dan Layanan Kecantikan” diakses pada 27 November 2023.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/21/influencer-lokal-sangat-memengaruhi-konsumen-perempuan-dalam-memilih-produk-kecantikan>

Instagram (2022), “Tasya Farasya Memasarkan Produk Serum Skintific” diakses pada 27 November 2023.

<https://www.instagram.com/stories/highlights/17945440331168137/>

Instagram (2022), “Top 10 Brand dengan Penjualan Serum Terlaris di E-Commerce Periode Juni – Agustus 2022” diakses pada 4 Desember 2023.

https://www.instagram.com/p/Ck0aNNhB_XV/

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.