

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, F. N., Mursito, B., & Widayanti, R. (2019). ANALISIS CITRA MEREK, PERIKLANAN, WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH di UNIBA SURAKARTA. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02), 462–469. <https://doi.org/10.29040/jie.v3i02.658>
- Apriany, A., & Gendalasari, G. G. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK SUMMIT. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 105–114. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1278>
- Fadilla, A. N., Untari, D. T., Bhayangkara, U., Raya, J., & Author, C. (2024). *Pengaruh Persepsi Harga , Brand Image , dan Live Shopping Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific di Tiktok (Survei Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)*. 2(3).
- Hayati Ramadhani, N. A. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Brand Equity, Viral Marketing, Brand Ambassador, Review Produk, dan Customer Relationship, Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific di Tiktok Shop. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi “Mufakat,”* 2(4), 703–717.
- Kipfer, B. A. (2021). Mataram. *Encyclopedic Dictionary of Archaeology*, 826–826. https://doi.org/10.1007/978-3-030-58292-0_130230
- Komalasari, Y., Haryuda, K., Rohaeni, H., & Yuliana, W. (2020). Analisis Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Wuling di PT Arista Group Bandung | Jurnal Sain Manajemen. *Jurnal Sain Manajemen*, 2(2), 12–19. <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/article/view/304>
- Lailiya, N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 2(2), 113. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i2.764>

- Laoli, Y., & Hasan, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Di Kota Bangkinang. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 2(1), 50–59.
<https://jurnal.pascabangkinang.ac.id/index.php/jrmi/article/view/20>
- Layyina Galuh Purnama, Yayan Hendayana, & Ari Sulistyowati. (2024). Pengaruh Brand Ambassador dan Flash Sale Terhadap Impulse Buying Consumer di Marketplace Shopee Pada Generasi Z. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 4(2), 138–147.
<https://doi.org/10.55606/cemerlang.v4i2.2641>
- Marpaung, B., & Mekaniwati, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(1), 29–38. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i1.309>
- Maryati, & Khoiri.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Nabila, J., & Azijah, N. (2024). Pengaruh Brand Image dan Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening: Studi pada Followers Akun TikTok @Skintific_id. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(3), 1594–1608.
<https://doi.org/10.37481/jmeh.v4i3.1070>
- Pamungkas, A. R., & Wardhani, M. F. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, Brand Ambassador Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Skincare Skintific. *Jurnal Maneksi*, 13(2), 362–369.
<https://doi.org/10.31959/jm.v13i2.2162>
- Rochman, B., Indahwati, N., & Priambodo, A. (2020). Identifikasi Keterlaksanaan Pembelajaran PJOK Tingkat SMP Di Masa Pandemi Covid 19 Se-Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 6(1), 257–

265. <https://doi.org/10.58258/jime.v6i1.1343>

- Sahir, S. H., Ramadhani, A., Dewi, E., Tarigan, S., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 1–15. www.pom.go.id
- Sharon, M. M. (2024). *Peran Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pengguna Skincare Scarlett*. 4, 5928–5935.
- Suparno, S. S., Wenas, R. S., & Moniharapon, S. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Green Product, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Mahasiswa FebUniversitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA*, 12(01), 249–260.
- Tjiptono, 2012. (2019). (Studi Kasus pada Konsumen Oriflame di Kabupaten Sumbawa). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1).
- Utami, N. I. P., & Septiara, N. (2022). Gaya Hidup Wanita Generasi Z Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik di Kabupaten Labuhan Batu. *Prosiding Seminar Nasional FEB Unikal*, 360–368. <https://proceeding.unikal.ac.id/index.php/unc/article/view/1397%0Ahttps://proceeding.unikal.ac.id/index.php/unc/article/download/1397/1007>
- Yuana, D. (2018). Pengaruh Harga, Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(12), 1–22.
- Zakia, A., Adisti, A. A., & Asmarani, A. (2022). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KELAS SOSIAL: GAYA HIDUP, DAYA BELI DAN TINGKAT KONSUMSI (Literature Review MSDM)*. 3(5). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i5>
- Ashoer, M., Syahnur, H., & Mustafa, F. (2018). The Impact of Lifestyle on E-Tickets Shopping Decision in Tiket. com. ... *dan Call for Papers (SENIMA 3)*, *Senima* 3, 597–610. <https://www.researchgate.net/profile/Haerdiansyah->

Syahnur-2/publication/330717119_The_Impact_of_Lifestyle_on_E-Tickets_Shopping_Decision_in_Tiketcom_-_Seminar_Nasional_SENIMA_3_a_Call_for_Papers/links/5c50e87792851c22a39a2d46/The-Impact-of-Lifestyle-on-E-

Biati, N., & Mubarak, D. A. A. (2019). Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli. *Journal Image*, 8(1), 37–44.

Dwi Indah Utami, & Hidayah, N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualiatas Produk, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 102–111. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.159>

Fitriana, N. D., Nobelson, N., Setiadi, I. K., & Supriadi, Y. N. (2023). Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Cgv Di Dki Jakarta. *Yudishtira Journal: Indonesian Journal of Finance and Strategy Inside*, 3(2), 173–196.

Hayati Ramadhani, N. A. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Brand Equity, Viral Marketing, Brand Ambassador, Review Produk, dan Customer Relationship, Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific di Tiktok Shop. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi "Mufakat,"* 2(4), 703–717.

Kholipah, P. D., Ali, H., & Untari, D. T. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SEDAAP DENGAN LOYALITAS KONSUMEN SEBAGAI INTERVENING (Studi Pada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(11), 3392–3411. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i11.979>

Kurniawan, I., Wahab, Z., & Nailis, W. (2016). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pizza Hut Di Kota Palembang. *jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan*, 13(1), 27–40.

Rahmawati, N., Winarso, W., Meutia, K. I., Handayani, M., & Wijayaningsih, R.

(2024). Pengaruh Influencer Review Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Produk Skincare Skintific (Studi Kasus Di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jrime: Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi*, 2(2), 328–338. <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v2i2.1636>

Zahra, F., Rianto, M. R., Woestho, C., Bukhari, E., & Widjanarko, W. (2024). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Skincare Somethinc di Kota Bekasi. *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management (IJESM)*, 2(1), 598–616.

