

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, M., Septyadi, K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). *Literature Review Keputusan Pembelian dan Minat Beli Kondumen Pada Smartphone: Harga dan Promosi*. 3(1), 301–313.
- Adil, A. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori dan Praktik* (Issue January).
- Afra, M., & Vildayanti, R. A. (2024). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen The Originote Hyalucera Moisturizer di Tik Tok Shop DKI Jakarta. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(6), 1257–1270. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i6.5132>
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Alifa, R. N., Saputri, M. E., Bisnis, P. A., Komunikasi, F., & Telkom, U. (2022). *ProBank : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan ISSN : 2579-5597 (online) ISSN : 2252-7885 (cetak) Impact Of Influencer Marketing And Omni-Channel Strategies On Consumer Purchase Intention On Sociolla Pengaruh Influencer Marketing Dan Strategi Omni-Channel Ter*. 7(1), 64–74.
- Amelia, R., Andrian, A., & Sumantyo, F. D. S. (2023). Dampak Store Atmosphere, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sociolla Di Summarecon Mall Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(9), 2482–2501. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.828>
- Andrian, et al. (2022). Perilaku Konsumen. In *Rena Cipta Mandiri* (Vol. 3, Issue 1). <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Anggraini, F., & Ahmadi, M. A. (2025). *Pengaruh Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan di Kalangan Generasi Z: Literature Review*. 3.
- Aprilia, R., Savitri, L., & Ichwani, T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Msglow Di Kota Bekasi. *JIMP : Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 3(1), 42–57. <https://doi.org/10.35814/jimp.v3i1.4127>
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.
- Avoskin. (2025). *Official Website Avoskin*. <https://www.avoskinbeauty.com/>

- Bachtiar, D. I., Bachtiar, F., & Wahyuningsih. (2024). Pengaruh Brand Image, Kualitas produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare The Originote. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 211–226. <https://doi.org/10.58192/profit.v3i2.2121>
- Bonus, A. K., Raghani, J., Visitacion, J. K., & Castano, M. C. N. (2022). *Influencer Marketing Factors Affecting Brand Awareness and Brand Image of Start-up Businesses*. <https://doi.org/10.32996/jbms>
- Candra Susanto, P., Ulfah Arini, D., Yuntina, L., Panatap Soehaditama, J., & Nuraeni, N. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1.504>
- Compas.co.id. (2022). *10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace*. Compas.co.id. <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>
- Fadhilah, N. N. H., & Sungkono. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Skintific di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Jurnal Ilmiah Multidisipline*, 348(7), 348–356. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12683687>
- Fathurrahman, M. M., Triwardhani, D., & Argo, J. G. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Bittersweet By Najla. *Prosiding SENAPENMAS*, 346(2), 1209. <https://doi.org/10.24912/psenapenmas.v0i0.15157>
- Feronicha, L., & Wasino. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific di E-commerce Shopee. *Prosiding EkonoI Kreatif Diera Digital*, 1(Citra Merek), 1. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i2.1600>
- Firjatullah, T. S., Febrianti, L. V. N., Putri, S. N. P., Wainggai, D. H. M. L., & Nurcahyo, F. S. A. (2023). Pengaruh Harga Skincare Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Lingkungan Mahasiswi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(1), 36–42. <https://doi.org/10.26740/jptn.v11n1.p36-42>
- Handayani, F., Elwisam, E., & Digdowiseiso, K. (2023). The Influence of Product Quality, Brand Image, and Brand Trust on Avoskin Serum Purchasing Decisions in National University Students. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(1), 258–269. <https://doi.org/10.46799/jsa.v4i1.823>
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan*.
- Indartini, M., & Mutmainah. (2024). *Analisis Data Kuantitatif* (Vol. 14, Issue 5).
- Khoirunnisa, Y. N., Sutarjo, & Utami, W. Y. (2024). *Pengaruh harga, influencer marketing, dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian serum somethinc di kabupaten tangerang*. 30.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kurniati, N. Y. (2023). *Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Brand Awareness Suatu Produk*. 14(2003), 537–548.
- Lenaini, I., Islam, U., Raden, N., & Palembang, F. (2021). *Teknik Pengambilan Sampel Purposive dan Snowball Sampling*. 6(1), 33–39.
- Lestari, A., & Aslami, N. (2022). Perilaku Konsumen Asuransi terhadap Keputusan Pembelian. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, 21(1), 34–42. <https://doi.org/10.47467/mk.v21i1.873>
- Lim, L. (2025). *Pengaruh Harg, Kualitas Produk, dan Sosial Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc*. 3(1), 258–270.
- Mardiah, K. (2025). *Pengaruh Green Marketing , Citra Merek , dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Avoskin (Studi Kasus Pada Konsumen di Store Underprice Jamin Ginting Medan)*.
- Marsha, T. S., & Aslamayah, S. (2024). The Influence Of Product Quality, Prices And Promotions On Product Purchase Decisions At The Ramli Collection Store Gresik. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 7494–7504.
- Mathori, M., Sukmawati, D. A. R., & Marzuki, A. (2022). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc (Studi pada Konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha*, 2(2), 579–599.
- Montolalu, N. A., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital. *Productivity*, 2(4), 272–275.
- Mufidah, I., & Darmawan, D. (2025). *Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli pada Skincare*.
- Nani, N., Narimawati, U., Affandi, A., Priadana, S., Erlangga, H., Pamulang, U., Barat, J., Pasundan, U., Barat, J., & Decision, P. (2022). *International Journal of Education , Information Technology and Others (IJEIT)*. 5(2), 138–146. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6410634>
- Nasir, T. M. B., Priyono, A. A., & Sholehuddin, S. (2023). Pengaruh Iklan Sosial Media, Influencer Marketing, dan Electronic Word-of-Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Avoskin (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(1), 756–764.

- Nawastuti, N. (2023). *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis Pengaruh Influencer dan E-WOM terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi Pada Pelanggan TikTok Shop*. 5, 1415–1421. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i4.735>
- Nawiyah, N., Kaemong, R. C., Ilham, M. A., & Muhammad, F. (2023). Penyebab Pengaruhnya Pertumbuhan Pasar Indonesia Terhadap Produk Skin Care Lokal Pada Tahun 2022. *ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(12), 1390–1396. <https://doi.org/10.55681/armada.v1i12.1060>
- Nurlela, S. (2024). *Pengaruh Influencer Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Skincare Ms Glow Studi kasus pada Konsumen Skincare MSGLOW di Kota Bogor*. 02(03), 304–324.
- Nuryanto, G., & Rizki, A. O. (2024). *Determinan Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin Beauty Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. 5(2), 163–172. <https://doi.org/10.47065/jtear.v5i2.1788>
- Oktaviani, W. B. (2025). *Pengaruh Beauty Influencer Tasya Farasy Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific pada Followers Instagram*. 6(8), 1–13.
- Pahmi. (2024). *Kualitas Produk Dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*.
- Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>
- Piyoh, D. Dela, Rahayu, A., & Dirgantari, P. D. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 150–160. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.473>
- Pradana, M., Anggriani, I., & Rahman, A. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan jasa pada LPK Barokah Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 571–580. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3186>
- Pratama Hafidz, G., Sandriana Ulfa Prodi Manajemen, V., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2023). Identifikasi Model Utaut 2 Pada Niat Penggunaan Layanan Digital Allo Bank. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(4), 2477–1783.
- Pratiwi, C. S., & Sidi, A. P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Body Whitening. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 18(1), 192–204. <https://doi.org/10.31967/relasi.v18i1.531>
- Purnomo, R. A., & Prasetyo, H. (2022). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Minat Karyawanpt Angkasa Pura Logistik Mengajukan Pembiayaan Bank Perkreditan Rakyat Sleman. *Journal Competency of Business*, 6(01), 205–222. <https://doi.org/10.47200/jcob.v6i01.1320>

- Purwandari, D. A., & Hidayat, A. N. (2024). Pola Konsumsi Produk Skincare Berdasarkan Sosial & Budaya Remaja Putri. *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Sosial, Bahasa Dan Pendidikan*, 4(2), 211–230. <https://doi.org/10.55606/cendekia.v4i2.2918>
- Purwanti, A., & Sekar, N. (2025). “No Buy Challenge”, apakah membuat industri kecantikan 2025 meredup? Kompas.id. <https://www.kompas.id/artikel/no-buy-challenge-akankah-membuat-industri-kecantikan-2025-meredup-tak-glowing-lagi>
- Putri Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Jati Lestari, W., & Khatimah, HusnilFatima Beribe, M. (2021). *Perilaku Perilaku Konsumen Teori*.
- Robiah, D. W., & Nopiana, M. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin. *YUME : Journal of Management*, 5(1), 433–441. <https://doi.org/10.37531/yume.vvix.235>
- Rukhmana, T. (2021). Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS) Page 25. *Jurnal Edu Research : Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 2(2), 28–33.
- Saing, B., Prasetyo, E. T., & Solihin, M. A. (2021). Pengaruh Promosi Jabatan Terhadap Kinerja Karyawan PT Federal International Finance. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 4(2), 169. <https://doi.org/10.35914/jemma.v4i2.759>
- Salma, D. F. (2025). *Profil Avoskin Beauty, Brand Skincare Asal Yogyakarta*. IDN Times. <https://www.idntimes.com/life/inspiration/profil-brigitte-macron-00-hpr8-gjzs43>
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise)*. 5(3), 1171–1184.
- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De’lucent Paint. *CiDEA Journal*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.775>
- Satria, E. (2023). Brand Image , Persepsi Harga , dan Kualitas Produk (Studi Kasus Pada Toko Bangunan Berkah Desa Lempur Danau). *Journal of Economic, Management, Business, and Accounting*, 4(2), 1–11.
- Selvia, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). The Effect of Price and Product Quality on the Purchase Decision of Scarlett Whitening Products on Students of the Faculty of Economics and Business Sam Ratulangi Manado University. *Emba*, 10(4), 320–330.
- Setiabudhi, H., & Nugraha, G. A. (2024). *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*. 119.

- Sidauruk, I. Y., Aqmala, E. D., Haziroh, A. L., & Ulfa, A. K. (2024). Peran Kualitas Produk, Harga, Influencer Marketing dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 10523–10534.
- Sipahutar, A. W. G. R., Surbakti, E. Y., & Hasibuan, A. S. (2023). Keputusan Pembelian Skincare Somethinc (Studi Kasus Kasus Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 5(1), 93–99.
- Soleha, F., Rizal, M., & Wahyuningtiyas, N. (2024). Pengaruh Harga, Influencer Marketing Dan Live Streaming Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Lokal Avoskin (Studi Masyarakat Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 627–638.
- Sudiantini, D., Aswad, H. H. Al, Iqmaliyah, & Rokib, M. (2023). Pengaruh Manajemen Strategik Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Penggunaan Transaksi Shopee Paylater. *Central Publisher*, 1, 274–288.
- Syafrinaldy, M. R., & Akbarina, F. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Influencer Markrting Terhadap Keputusan Pembelian Produk Serum Somethinc (Studi Kasus Pada Mahasiswa D-IV Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Malang Tahun Akademik 2023 / 2024). 2(12), 174–181.
- Thantia, F. A., Kurniati, R. R., & Widayawati, E. (2023). Pengaruh Social Media Marketing dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Serum Avoskin (Studi pada Followers Akun TikTok @avoskinbeauty). 12(1), 1–23.
- Tua, G. V. M., Andri, & Andariyani, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv. Citra Nauli Electricsindo Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 140–154. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.266>
- Vikaliana, R., Pujiyanto, A., Mulyati, A., Fika, R., Ronaldo, R., Reza, H. K., Ngii, E., Dwikotjo, F., Suharni, & Ulfa, L. (2022). Ragam Penelitian dengan SPSS. In *Tahta Media Group*.
- Yusanda, E., & Halim, P. A. (2024). *Ekonomis: Journal of Economics and Business Pengaruh Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Ms Glow di Sumedang)*. 8(2), 1914–1918. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i2.1792>
- Zahriyah, A., Suprianik, Parmono, A., & Mustofa. (2021). Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS. In *Mandala Press*.