

DAFTAR PUSTAKA

- Aristamia, D. P., Salim, M. A., & Athia, I. (2023). Pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *skincare Skintific* (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 2361–2370. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm> diakses pada 28 April 2026
- ASD Reports. (2025). *Indonesia skin care market forecast 2025–2032*. <https://www.asdreports.com/market-research-report-677567/indonesia-skin-care-market-forecast> diakses pada 22 April 2026
- Astuti, W. Y., Anwar, S. M., & Junaidi, J. (2024). *The effect of product quality and online customer reviews through consumer attitudes on purchasing decisions for skincare Skintific on students of Muhammadiyah University Palopo*. *International Conference of Business, Education, Health, and Scien-Tech (ICOBEST)*, 1(1), 2157–2163. <https://journal.conference.umpalopo.ac.id/index.php/icbens/article/view/229> diakses pada 15 Mei 2025
- Babin, B. J., & Harris, E. G. (2024). *CB: Consumer behavior* (10th ed.). Cengage Learning.
- Compas.co.id. (2025). *Top 10 brand perawatan & kecantikan di Shopee Indonesia kuartal I 2025*. <https://compas.co.id/article/top-10-brand-perawatan-kecantikan-di-shopee/> diakses pada 17 April 2026
- Endarwantika, K. K., & Soebiantoro, U. (2024). Pengaruh *influencer review*, persepsi harga dan *brand image* terhadap minat pembelian produk Azarine di kalangan mahasiswa Surabaya. *Jurnal Pemasaran Digital*, 8(1), 55–63. diakses pada 01 Januari 2026
- Febriani, S. N. (2023). *Analysis of the effect of product quality on customer satisfaction Mayoutfit Fashion Store Bandung Branch, Indonesia*. *International Journal Administration, Business & Organization*, 4(1), 22–33. E-ISSN 2721-5652. <https://ijabo.a3i.or.id> diakses 10 Januari 2026
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- GoodStats. (2025). *10 jawara brand perawatan dan kecantikan di Shopee: Skintific, Wardah dan Glad2Glow pimpin pasar*. <https://goodstats.id/article/10->

[jawara-brand-perawatan-dan-kecantikan-di-shopee-skintific-wardah-dan-glad2glow-pimpin-pasar-OT8M1](#) diakses pada 12 November 2025

Jayanti, F., Zulkarnain, & Machasin. (2024). *Analysis of price perception and celebrity endorser on purchasing decisions for Skintific skincare products of UNRI Gen Z graduate students with intervening variables online customer review*. In *JEBA: International Journal of Economics, Business and Accounting*, 2(3), 250–265 diakses pada 10 Juni 2025

Joshua, L. (2025). *The effect of social influence and brand image on brand awareness and purchase intention: Study case Skintific skincare*. *IJEBD (International Journal of Entrepreneurship and Business Development)*, 8(1), 131–147. e-ISSN 2597-4785, p-ISSN 2597-4750. diakses pada 19 Oktober 2025

Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (5th ed.). Pearson Education. https://www.pearson.com/nl/en_NL/higher-education/subject-catalogue/marketing/keller-strategic-brandmanagement-5e.html diakses 18 April 2026

Kemenko Perekonomian. (2024). *Hasilkan produk berdaya saing global, industri kosmetik nasional mampu tembus pasar ekspor dan turut mendukung penguatan blue economy* (Siaran Pers No. HM.4.6/40/SET.M.EKON.3/02/2024). Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung> diakses pada 18 April 2026

Kementerian Perindustrian RI. (2025). *Kemenperin gadang potensi industri kosmetik semakin gemilang*. <https://ikm.kemenperin.go.id/kemenperin-gadang-potensi-industri-kosmetik-semakin-gemilang> diakses pada 25 Desember 2025

Khaerani, N., & Prihatini, D. (2020). Brand image dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(3), 88–96. diakses pada 25 Desember 2025

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Manajemen pemasaran* (Edisi Bahasa Indonesia). Erlangga.

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education. https://www.pearson.com/nl/en_NL/higher-

education/subject-catalogue/marketing/Kotler-Keller-Marketing-Management-Global-Edition-16e.html diakses pada 25 Desember 2025

- Kurniawan, R., Roslina, & Shofa, F. (2025). Pengaruh influencer endorsement dan iklan media sosial terhadap keputusan pembelian skincare merek Kahf. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JBM)*, 21(3). P-ISSN 1411–9366, E-ISSN 2747–0032. diakses pada 15 Oktober 2025
- Laili, R. R., & Canggih, C. (2021). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan label halal terhadap kepuasan konsumen produk body lotion Citra (Studi kasus mahasiswa Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 8(6), 743–756. <https://doi.org/10.20473/vol8iss20216pp743-756>
- Lestari, D. (2019). *Strategi kualitas produk dan kepuasan konsumen*. Deepublish.
- Mayasari, T., & Safina, R. (2021). Pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap keputusan pembelian kosmetik lokal. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 39–48. diakses pada April 2026
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Mothersbaugh, D. L., Kleiser, S. B., & Hawkins, D. I. (2024). *Consumer behavior: Building marketing strategy* (15th ed.). McGraw Hill. <https://www.directtextbook.com/isbn/9781266131615> diakses pada 25 Desember 2025
- Nasuka, R. (2022). *Meningkatkan daya saing produk melalui kualitas dan inovasi*. UMM Press.
- Nugroho, I. D., & Sarah, S. (2021). Pengaruh brand image dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen busana muslim merek MaliQa). *Jurnal Indonesia Membangun*, 20(1), 113. ISSN 1412-6907 (cetak), ISSN 2579-8189 (daring). <https://jurnal.inaba.ac.id/> diakses pada 10 Januari 2026
- Nursalam. (2020). *Metodologi penelitian ilmu keperawatan: Pendekatan praktis*. Salemba Medika. Diakses pada 11 Januari 2026
- Rahadhini, T., Pramono, R., & Susanti, L. (2022). Kualitas produk dan keputusan pembelian: Studi kasus di minimarket Sari Makmur. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 110–121. diakses pada 19 April 2026
- Reportlinker. (2025). *Indonesia cosmetics market report – Q1 2025 ecommerce*. <https://www.reportlinker.com> diakses pada 19 Mei 2026

- Riandika, V., & Juhaeri. (2022). Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian pada Paparan's Café Tangerang. *KARIR: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(1), 13–25. <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/karir>
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson Education. <https://www.pearson.com/us/higher-education/program/Schiffman-Consumer-Behavior-12th-Edition/PGM1747829.html>
- Setiani, R. (2023). *Statistik terapan untuk penelitian sosial*. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian: Kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Ed. revisi). Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2018). *Metodologi penelitian lengkap*. Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, penelitian*. Andi Offset.
- Winarta, D. A., Suhud, U., & Aditya, S. (2025). Pengaruh persepsi harga, citra merek, kualitas produk dan loyalitas konsumen terhadap kepuasan konsumen pada shampo Makarizo DKI Jakarta. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(6), 1832–1833. [diakses pada 25 Desember 2025](#)
- Wawolumaya, E. D., Tampi, D. L., & Rogahang, J. J. (2020). Analisis strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan volume penjualan pada Rose Collection Manado. *Productivity*, 1(2), 134–141. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v2/index.php/productivity/article/view/28985>
- Widiya, T., Mulyadi, D., & Sungkono. (2024). Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian produk skincare The Originote. *Jurnal Sains Student Research*, 2(4), 693–705. <https://doi.org/10.61722/jssr.v2i4.2048>. [diakses pada 20 Mei 2025](#)