

DAFTAR PUSTAKA

- Adhaghassani F. S., 2016, *Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7P (Product, Price, Promotion, Place, People, Process, Physical Evidence) di Cherryka Bakery*, Skripsi, Fakultas Teknik UNY, Yogyakarta.
- Akbar L., 2020, *Pelatihan Pembuatan Sabun Bagi Orang Tua Siswa dan Sosialisasi Cuci Tangan Pakai Sabun (CPTS) Siswa TK Al Muttaqien*, Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Brawijaya, Malang.
- Assauri, S., 2015, *Manajemen Pemasaran* cit. Nasution, M., Prayogi, M., & Affandy Nasution, S., 2017, *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Volume Penjualan*, <http://ejurnal.id/index.php/jsm/article/view/5>, 4 April 2023.
- Bhardwaj, 2019, Types of Sampling in Research, *Journal of the Practice of Cardiovascular Sciences*, Department of Cardiology, AIIMS, New Delhi, India.
- BPOM RI, 2023, *Statistik Produk yang Mendapatkan Izin Edar*, <https://www.pom.go.id/new/>, 2 Maret 2023.
- Christine, and Budiawan W., 2017, Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen, *Jurnal Fakultas Teknik Universitas Diponegoro*, Semarang.
- Darari, R.N., 2015, *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Losion Anti Nyamuk Autan pada Mahasiswa Universitas Gadjah Mada*, Skripsi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Dina B. N. I., 2021, *Analisis Keputusan Konsumen terhadap Pembelian Skincare Emina Melalui E-commerce Marketing Berdasarkan Bauran Pemasaran*, Skripsi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Fitri A. I. dan Dwiyanti S. A., 2021, Efektivitas Media Tiktok dan Influencer Mendongkrak Penjualan Lippie Serum Raecca Dipandemi Covid19, *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Sunan Ampel*, Surabaya.
- Ferrell, O. C. dan Michael D. Hartline, 2012, *Marketing Strategy, Text and Cases*, Sixth Edition. Mason, OH: South-Western Cengage Learning.
- Fitriana, Sudodo Y., dan Hakim L., 2015, Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa, Sumbawa.
- Ghozali, I., 2018, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 9th ed. Universitas Diponegoro, Semarang.

- Grace, F.X., Darsika C., Sowmya K.V., Suganya K., dan Shanmuganathan S., 2015, Preparation and Evaluation of Herbal Peel Off Face Mask, *American Journal of PharmTech Research*, (5): 33-336.
- Gultom, D. K., Ginting P., dan Sembiring B., 2014, Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, Universitas Muhammadiyah, Sumatera Utara.
- Hamdhani T., 2022, *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Dettol*, Skripsi, Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Hariyanti N. T. dan Wirapraja A., 2018, Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern, *Jurnal STIE IBMT*, Surabaya.
- Hootsuite (We Are Social), 2021, *Indonesian Digital Report 2021*, <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>, 13 Juni 2023.
- Hulukanti W., dan Djibran M., 2018, Analisis Tugas Perkembangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo, *Jurnal Bikotetik*, Jurusan Bimbingan dan Konseling Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo.
- Iqbal, R. N. M., 2018, *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Suplemen Tambah Darah Sangobion Pada Mahasiswa Universitas Gadjah Mada*, Skripsi, Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Islamy I., 2019, *Penelitian Survei dalam Pembelajaran & Pengajaran Bahasa Inggris*, Universitas Muhammadiyah, Purwokerto.
- Izanah A., dan Widiartanto, 2020, *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Mahasiswa Fisip Universitas Diponegoro)*, Skripsi Fakultas Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Jakpat, 2021, *Beauty Trends 2021*, Jakpat Survey Report, Yogyakarta.
- Jamaludin A., Arifin Z., Hidayat K., 2015, Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya*, Malang.
- Janna, N.M. and Herianto, H., 2021, Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS, *Jurnal Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, Makassar.

- Kaur, I., dan Singh, S., 2014, Consumer behavior of purchase of processed cereal food products in Punjab, *Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, vol. 16, pp. 47-57.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller, 2016, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, PT. Indeks, Jakarta.
- Kunto Y. S., dan Khoe I. K., 2007, Analisis Pasar Pelanggan Pria Produk Facial Wash di Kota Surabaya, *Jurnal Jurusan Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra*, Surabaya.
- Listighfaroh M, 2020, Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cair Feira White Shower Cream di Surabaya, *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, Universitas Wijaya Putra, Surabaya.
- Machfiroh I. S., 2018, Keterkaitan Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Emak di Fried Chicken Pelaihari, *Jurnal Program studi Akuntansi*, Politeknik Negeri Tanah Laut, Kalimantan Selatan.
- Medina, M. A., 2021, *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pada Pemilihann Produk Suplemen Makanan*, Skripsi, Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Martina, R., & Minerva, P., 2019, Kulit Pisang Ambon Sebagai Masker Tradisional Untuk Perawatan Kulit Wajah Kering, *Jurnal Kapita Selekta Geografi*, 2(8), 20–30.
- Minta, S., Suriani, dan Meutia R., 2022, Pengaruh Pendapatan dan Jumlah Penduduk Terhadap Konsumsi Masyarakat di Provinsi Aceh dengan Regresi Data Panel, *Jurnal Ilmiah Basis Ekonomi, dan Bisnis (JIBES)*, 1(1): 14-15.
- Musfar, T. F., 2020, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*, Media Sains Indonesia, Bandung.
- Nuraini A. dan Maftukhah I., 2015, Pengaruh Celebrity Endorses dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek pada Kosmetik Wardah di Kota Semarang, *Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang*, Semarang.
- Nurdiani, N., 2014, Teknik Sampling Snowball dalam Penelitian Lapangan, *Jurnal Universitas Bina Nusantara*, Jakarta.
- Ramadhanti A., 2017, Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) terhadap Keputusan Pembelian pada Giant Supermarket Mall Mesra Indah di Samarinda, *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman*, Samarinda. jhk

- Sari D. P., 2021, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, *Jurnal Universitas Putra Indonesia YPTK*, Padang.
- Sefudin, A., 2014, *Redefinisi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) "4P ke "4C"*. Studi Kasus. Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta.
- Selang, C. A., 2013, Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado, *Jurnal EMBA*, Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi, Manado.
- Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Sujarweni, V. W., 2014, *SPSS untuk Penelitian*, Pustaka Baru Press, Yogyakarta.
- Tolan M. S., Pelleng F. A. O., Punuindoong A. Y., 2021, Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado), *Productivity*, Vol. 2 No. 5, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi, Manado.
- Viju M., 2022, Does Islamic marketing mix effect consumer satisfaction? An analysis of consumer perception in service industry, *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, University of Technology and Applied Sciences, Oman.
- Yudhistira, R., 2016, *Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen terhadap Pemilihan Produk Obat Maag Over The Counter berdasarkan Bauran Pemasaran di Kecamatan Sewon Kabupaten Bantul Daerah Istimewa*, Yogyakarta, Skripsi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- ZAP, 2019, *Zap Beauty Index*, Markplus.Inc, Indonesia.
- ZAP, 2023, *Zap Beauty Index*, Markplus.Inc, Indonesia.