

DAFTAR PUSTAKA

- Abdelina & Mahkrani, 2021. Pengaruh pendapatan terhadap tingkat konsumsi melalui budaya belanja online. *Jurnal ESTUPRO*, 6(3), pp. 9-17.
- Adib, H. S., 2017. Teknik Pengembangan Instrumen Penelitian Ilmiah di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam. *Jurnal UNIMUS*, pp. 139-157.
- Afriyani, L. & Wicaksana, P. S. I., 2023. The influence of product quality brand image and price on purchasing decisions pixy lipstick products in Cikarang. *Enrichment Journal of Management*, 13(2), pp. 987-994.
- Alamsyah, W. F. & Tanjung, Y., 2023. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Skincare MS Glow. *Jurnal Ekonomi Bisnis Digital (JEBIDI)*, 2(1), pp. 1-10.
- Albrecht, M. G., Green, M. & Hoffman, L., 2023. *Principles of Marketing*. 1 penyunt. Houston: OpenStax.
- Al-Fadly, A., 2020. Price element of marketing mix: Its effect on customer experience in construction industries. *Management Science Letters*, Issue 10, pp. 3643-3654.
- Andina, A. N., Lestari, A. A. & Arga, F. H. K., 2023. Digital Marketing Communication on Azarine Cosmetic Social Media Accounts with Lee Min Ho as Brand Ambassador. *Majalah Ilmiah Bijak*, 20(1), pp. 27-34.
- Asosiasi Digital Marketing Indonesia, 2020. *Data Produk Kecantikan Terlaris di E-Commerce*. [Online]
Available at: <https://digimind.id/data-produk-kecantikan-terlaris-di-e-commerce/>
- Atila, C. W., Dalimunte, A. A. & Dharma, B., 2023. Pengaruh electronic word of mouth dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk skincare Azarine di Kota Medan. *REVITALISASI: Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), pp. 110-117.
- Azarine Cosmetic, 2023. *Story of Azarine*. [Online]
Available at: <https://azarinecosmetic.com/story-of-azarine>
[Diakses 19 September 2023].
- Azarine Cosmetics, 2023. *Sunscreen Viral, Azarine Hydrasoothe Sunscreen Gel Terjual 1 Juta pcs Setiap Bulannya!*. [Online]
Available at: <https://azarinecosmetic.com/>
- Aziz, I., 2019. *Pengaruh uang saku, gaya hidup, dan perilaku menabung terhadap pola konsumsi non makanan mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Fakultas*

- Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*). Malang: Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Badan Pusat Statistik, 2023. *Statistik eCommere 2022/2023*, Jakarta: Badan Pusat Statistik (BPS) Republik Indonesia.
- BPOM, 2003. *Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia*. [Online]
Available at:
https://jdih.go.id/files/491/keputusan%20ka%20bpom%201745%20ttg%20kosmetik_3.pdf
[Diakses 1 Oktober 2023].
- BPOM, 2020. *A-Z Notifikasi Kosmetika di Indonesia*. Jakarta: Direktorat Registrasi Obat Tradisional, Suplemen Kesehatan, dan Kosmetik BPOM RI.
- Budiastuti, D. & Bandur, A., 2018. *Validitas dan Reliabilitas Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Chairina, R. L., Afandi, M. F., Adove, D. A. & Sularso, R. A., 2023. Dampak gender pada pembelian produk perawatan wajah di negara beriklim tropis. *Jurnal Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship (Maksipreneur)*, Volume 1, pp. 368-382.
- Chandra, A. S., 2021. *Pengaruh Harga, Iklan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah*. Yogyakarta: Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada.
- Chin, W. W., 1998. The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. Dalam: *Modern Methods for Business Research*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- CIPR, 2013. *Social Media Best Practice Guidelines*. [Online]
Available at: <https://newsroom.cipr.co.uk/cipr-social-media-panel-launches-new-social-media-best-practice-guide/>
[Diakses 23 September 2023].
- Desselle, S. P. & Zgarrick, D. P., 2009. *Pharmacy Management: Essentials for All Practice Settings, Second Edition*. s.l.:McGraw Hill .
- Detikedu, 2021. *11 Universitas di Indonesia dengan Jumlah Mahasiswa Terbanyak, Cek Kampusmu*. [Online]
Available at: <https://www.detik.com/edu/perguruan-tinggi/d-5660405/11-universitas-di-indonesia-dengan-jumlah-mahasiswa-terbanyak-cek-kampusmu>
[Diakses Desember 2023].

- Dinillah, F. I., Gunawan, J. & Sinansari, P., 2021. Penggunaan augmented reality dan perilaku konsumen dalam berbelanja kosmetik selama pandemi covid-19. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 10(1), pp. 95-101.
- Djafar, L., Wolok, T. & Niode, I. Y., 2022. The Influence Of Price and Product Quality on The Purchase Decision Of MS Glow Products. *European Scholar Journal (ESJ)*, 3(7), pp. 31-37.
- Dutta, T., 2011. *Consumer Behavior*. New Delhi: Excel Books.
- Efendi, F. B. & Aminah, S., 2023. Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific. *Jurnal Manajemen dan Sains (J-MAS)*, 8(1), pp. 762-766.
- Fimela, 2022. *Survei Menunjukkan 90% Perempuan Indonesia Pilih Brand Makeup Lokal*. [Online] Available at: <https://www.fimela.com/beauty/read/5059290/survei-menunjukkan-90-perempuan-indonesia-pilih-brand-makeup-lokal>
- Firmansyah, M. A., 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Sleman: Penerbit Deepublish.
- Grace, M., dkk., 2022. *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori, dan Implementasi*. 1 penyunt. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Hamdhani, T., 2022. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Dettol*. Yogyakarta: Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada.
- Hanaysha, J. R., 2022. Impact of social media marketing features on consumer's purchase decision in the fast-food industry: Brand trust as a mediator. *International Journal of Information Management Data Inshight*, 2(2).
- Hardani, dkk., 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Hawkins, D. I. & Mothersbaugh, D. L., 2010. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. 11th penyunt. New York: The McGraw-Hill Companies.
- Herawati & Putra, A. S., 2023. Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Azarine Cosmetic. *Journal of Education*, 05(02), pp. 4170-4178.
- Herlianti, Z. F. & Handayani, S. S., 2023. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga, dan Promosi pada Keputusan Pembelian Produk Azarine. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), pp. 12-22.

- Iqbal, R. N. M., 2018. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Suplemen Tambah Darah Sangobion Pada Mahasiswa UGM*. s.l.:Universitas Gadjah Mada.
- Jan, M. T., dkk., 2019. Elements of advertisement and their impact on buying behaviour: A study of skincare products in Malaysia. *Management Science Letters*, Volume 9, pp. 1-11.
- Kemristekdikti, 2020. *Laporan Kinerja Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi*, Jakarta: Kemristekdikti RI.
- Kotler, P. & Armstrong, G., 2018. *Principles of Marketing*. London: Pearson Education Limited.
- Kotler, P. & Keller, K. L., 2016. *Marketing Management*. 15th Edition penyunt. Harlow: Pearson Education.
- Kredivo, 2022. *Perilaku Konsumen E-Commerce Indonesia*, Jakarta: Kredivo Finance Indonesia.
- Lemeshow, S., 1991. *Sample Size Determination in Health Studies*. Geneva: World Health Organization.
- Li, F., Larimo, J. & Leonidou, L. C., 2021. Social media marketing strategy: definition, conceptualization, taxonomy, validation, and future agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science*, pp. 51-70.
- Limpo, L., Rahim, A. & Hamzah, 2018. Effect of Product Quality, Price, and Promotion to Purchase Decision. *International Journal on Advanced Science Education (IJoASER)*, 1(1), pp. 9-22.
- Marcellyna, R. & Usman, O., 2021. *The Influence of Lifestyle, Price, and Product Quality on Make Up Product Purchase Decisions in Students*. [Online] Available at: <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3768754>
- Momentum Works, 2023. *Ecommerce in Southeast Asia 2023*. [Online] Available at: <https://momentum.asia/product/ecommerce-in-southeast-asia-2023/>
- Montolalu, N. A., Tumbel, T. M. & Walangitan, O., 2021. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital. *Jurnal Productivity*, II(4), pp. 272-275.
- Nagle, T. T. & Muller, G., 2018. *The Strategy and Tactics of Pricing: A Guide to Growing More Profitably*. 6th penyunt. New York: Routledge.
- Novita, D., Astuti, L. S. & Lestari, F. A. P., 2020. *Pengaruh Promosi Menggunakan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Be Glow Skincare*. Jakarta, Seminar Nasional Riset dan Teknologi (SEMNAS RISTEK).

- Oke, A. O. dkk., 2016. Consumer Behavior towards Decision Making and Loyalty to Particular Brand. *International Review of Management and Marketing*, 6(S4), pp. 43-52.
- Pangestika, W., Nasution, Y. S. J. & Harahap, R. D., 2023. Pengaruh Brand Image, Kualitas produk, serta Label Halal terhadap Keputusan Pembelian skincare korea “Some by Mi” pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara. *Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemn SAMMAJIVA*, 1(2), pp. 160-171.
- PDDikti Kemendikbud, 2020. *Statistik Pendidikan Tinggi Tahun 2020*, Jakarta: Sekretaris Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kemendikbud RI.
- Pertiwi, E. S. S. & Pradhanawati, A., 2020. Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah melalui Citra Merek sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), pp. 288-297.
- Pondicherry University, 2005. *E-Commerce*. Pondicherry: Directorate of Distance Education PU.
- Pradana, M., 2015. Klasifikasi Bisnis E-Commerce di Indonesia. *MODUS*, 27(2), pp. 163-174.
- Pramesty, M., Syarifuddin, Silvianita, A. & Fakhri, M., 2022. *The Influence of Price and Quality on Purchasing Decisions for Luxcrime Products*. Istanbul, Turkey, IEOM Society International, pp. 3842-3851.
- Pramesworo, i. S. & Evi, T., 2023. Analysis of PIXY Cosmetics Purchase Factors. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 11(1), pp. 5-11.
- Priadana, M. S. & Sunarsi, D., 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang: Pascal Books.
- Priansa, D. J. & Suryawardani, B., 2020. Effects of E-Marketing and Social Media Marketing on E-commerce. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 20(1), pp. 76-82.
- Purwanto, 2018. *Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas dan Reabilitas untuk Penelitian Ekonomi Syariah*. Magelang: Staia Press.
- Putri, H. Y., Pradhanawati, A. & Seno, A. H. D., 2022. Pengaruh Promosi Media Sosial dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kosmetik POND's (Studi Kasus pada Toko Jun Kosmetik di Kota Solok). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), pp. 359-369.

- Ramadhanti, D. A. & Dewi, C. K., 2022. Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention Pada Azarine Cosmetic. *e-Proceeding of Management*, 9(3), pp. 1559-1565.
- Razak, M., 2016. *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press.
- Rukminingsih, 2020. *Metode Penelitian Pendidikan*. 1 penyunt. Yogyakarta: Erhaka Utama.
- Sahir, S. H., 2021. *Metodologi Penelitian*. Bantul: KBM Indonesia.
- Sari, M. P., Rahman, L. A., Ronaldi, D. & Sanjaya, V. F., 2020. Pengaruh Harga, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Y.O.U. *Jurnal Entrepreneur dan Bisnis (JEBI)*, 1(2), pp. 122-129.
- Sari, R. A. & Purwanto, S., 2022. Kajian Electronic Word Of Mouth (E-WOM) dan Promosi di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Viva Cosmetics di Kota Blitar. *Jurnal Ekonomi Bisnis (E-Bis)*, 6(2), pp. 543-554.
- Schiffman & Kanuk, W., 1997. *Consumer Behaviour*. 1 penyunt. Sydney: Prentice Hall Publisher.
- Sepfiani, P., Ilhamy, M. L. & Harahap, M. I., 2023. Impact of electronic Word-of-Mouth, product quality, and brand image on purchasing decisions in the skincare industry. *Journal of Enterprise and Development (JED)*, 5(1), pp. 318-338.
- Sianipar, N. T. M. & Djamaluddin, S., 2023. Hubungan Literasi Digital dengan Keputusan Belanja Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(2), pp. 187-200.
- Similar Web, 2023. *Overview: Website Shopee.co.id*. [Online] Available at: <https://www.similarweb.com/website/shopee.co.id/#overview>
- Siregar, M. Y., Weny & Yulawan, E., 2020. The Influence of Promotion Strategies through Social Media on Purchasing Decisions of Oriflame Products on Students of STIE Mikroskil Medan. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 3(3), pp. 1838-1846.
- Sudirjo, F. dkk., 2023. The Influence of Branding and Price On Purchase Decisions Of Skincare Products. *Jurnal Scientia*, 12(3), pp. 3990-3994.
- Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukanto, V. P. & Primadini, I., 2023. The Rebranding Strategy of Azarine Cosmetic. *Jurnal Profesi Humas*, 8(12), pp. 102-126.

- Sukawati, 2018. Pengaruh Kepercayaan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Internet Di Kota Makassar. *Phinisi Integration Review Journal*, 1(2), pp. 190-200.
- Sukmawati, D. A. R., Mathori, M. & Marzuki, A., 2022. Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 2(2), pp. 579-599.
- Suyanto, M., 2003. *Strategi Periklanan pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. 1 penyunt. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Syahrur & Salim, 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media.
- Tjiptono, F., 1996. *Strategi Bisnis & Pemasaran*. 1 penyunt. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tjiptono, F., 1997. *Strategi Pemasaran*. 2 penyunt. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tjiptono, F. & Chandra, G., 2005. *Service, Quality & Satisfaction*. 1 penyunt. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Toni, D. D., Milan, G. S., Saciloto, E. B. & Larentis, F., 2017. Pricing Strategies and Levels, and Their Impact On Corporate Profitability. *RA USP Management Journal*, 52(2), pp. 120-133.
- Wang, G., 2022. The Application of 7P Analysis Model in the Market Strategy - Taking the Beauty Industry as an Example. *Advances in Economics, Business and Management Research*, Volume 211, pp. 1620-1624.
- Wardhana, A., 2022. Penelitian Survei, Proses Penelitian, Masalah dan Hubungan Antar Variabel Kuantitatif. Dalam: *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*. Bandung: Media Sains Indonesia, p. 17.
- Warningrum, S. L., 2023. Pengaruh Promosi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Jurnal Riset Manajemen (JURMA)*, 1(3), pp. 13-21.
- Wigand, R., 1997. Electronic Commerce: Definition, Theory, and Context. *Information Society Journal*, 13(1), pp. 1-16.
- WKI Innovation Lab, t.thn. *About Us: PT Wahan Kosmetika Indonesia*. [Online] Available at: <https://wkiinnovationlab.com/lab> [Diakses 19 September 2023].
- Wulandari, E., Andayani, S. & Nasution, U. C. M., 2022. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan*

Pembelian Produk Lacoco Skincare Pada Stokis Cabang Surabaya.
Surabaya, Universitas 17 Agustus Surabaya, pp. 31-35.

Xie, K. & Lee, Y.-J., 2015. Social Media and Brand Purchase: Quantifying the Effects of Exposures to Earned and Owned Social Media Activities in a Two-Stage Decision Making Model. *Journal of Management Information Systems*, 32(2), pp. 204-238.

ZAP Clinic, 2023. *ZAP Beauty Index 2023*, Jakarta: PT. Zulu Alpha Papa.