

## Daftar Pustaka

- Adi, Albertus Ferry Rostya, 2012, *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Al Badi, K.S., 2015, *The Dimensions of Marketing Mix. Management and Organizational Studies*, **2**(1), 136-142.
- Ahmad, A.N., Abd Rahman, A. and Ab Rahman, S., 2015, Assessing knowledge and religiosity on consumer behaviour towards Halal food and cosmetic products, *International Journal of Social Science and Humanity*, **5**(1), 10-14.
- Ahdiat, A., 2023, Pengunjung Shopee dan Blibli Naik pada Kuartal II 2023, E-Commerce Lain Turun. Diakses di <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/07/pengunjung-shopee-dan-blibli-naik-pada-kuartal-ii-2023-e-commerce-lain-turun#:~:text=Menurut%20data%20SimilarWeb%2C%205%20situs,kunjungan%20hanya%20Shopee%20dan%20Blibli> pada 11 Desember 2024.
- Alma, Buchari, 2017, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Ali, Hasan, 2013, *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS (Center For Academic Publishing Service), Yogyakarta.
- Annur, C. M., 2024, Ini Produk Kecantikan yang Banyak Diburu Konsumen E-Commerce Indonesia, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/11/ini-produk-kecantikan-yang-banyak-diburu-konsumen-e-commerce-indonesia>, 24 Juni 2024.
- Annur, C. M., 2024, Perawatan dan Kecantikan, Kategori FMCG Terlaris di E-Commerce RI 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/11/perawatan-dan-kecantikan-kategori-fmcg-terlaris-di-e-commerce-ri-2023>, 25 Juni 2024.
- Anonim, 2020, About Us, <https://www.avoskinbeauty.com/about-us>, 24 Juni 2024.
- Anonim, 2024, Avoskin Menapaki Dekade Pertama sebagai Brand Skincare Lokal Berkompetensi Inovasi, <https://pressrelease.kontan.co.id/news/avoskin-menapaki-dekade-pertama-sebagai-brand-skincare-lokal-berkompetensi-inovasi>, pada 17 Oktober 2024.
- Anonim, 2024, Avoskin Ungkap Strategi Tumbuh 40% di Bisnis Skincare, <https://investor.id/lifestyle/376772/avoskin-ungkap-strategi-tumbuh-40-di-bisnis-skincare>, 17 Oktober 2024.
- Ardhianti, Dian dan Kusuma, Pradana Jati, 2023, Pengaruh Harga Produk, Kualitas Produk, Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Ulang (*Body Scrub Scarlett Di Aplikasi Shopee*), *Jurnal Maneksi*, **12**(4), 951.
- Anonim., 2022, 10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace, <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>, 24 Juni 2024.
- Assauri, Sofjan, 2012, *Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value, 1st Ed.*, Rajawali Pers, Jakarta.

- Avoskinbeauty.com, 2024, *Toner Avoskin Miraculous Refining 100ml-AHA BHA PHA-Eksfoliasi Kulit*, diakses di <https://www.avoskinbeauty.com/> pada 11 Desember 2024.
- Azwar, S., 2012, *Reliabilitas dan Validitas*, Edisi 4, Pustaka Belajar, Yogyakarta.
- Chairina, R. R. L., Afandi, M. F., Adove, D. A., Sularso, R. A., 2023, Dampak Gender pada Pembelian Produk Perawatan Wajah di Negara Beriklim Tropis, *Jurnal Maksipreneus: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, **12**(2), 368-382.
- Djaslim, Saladin, 2016, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*, Edisi 3, CV. Linda Karya, Bandung.
- Elliot, A.C., & Woodward, W.A., 2007, *Statistical Analysis Quick Reference Guidebook : With SPSS Examples*, 25-30, 77-100, Sage Publications, California.
- Ghozali, I., 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, I., 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, I., 2016, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*, Edisi 8, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, I., 2018, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, Edisi 8, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Golzar dkk., 2022, Convenience Sampling, *International Journal of Education and Language Studies*, **1**(2), 73-74.
- Handoko, Bagus., 2017, Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Titipan Kilat JNE Medan, *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, **18**(1), 61-72.
- Hendrayani, Eka, Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayanti, T., Wisataone, V., Wardhana, A., Sinaga, R., Hilal, N., 2021, *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)*, CV. Media Sains Indonesia, Bandung.
- Hendryadi, H., 2017, Validitas Isi: Tahap Awal Pengembangan Kuesioner, *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis FE-UNIAT*, **2**(2), 169-178.
- Hilmi, I. L., Rianoor, N. P., Gatera, V. A., 2022, Hubungan Pengetahuan dan Sikap terhadap Perilaku Pemilihan *Skincare* Wajah melalui Media Sosial pada Salah Satu Universitas di Karawang Jawa Barat, *Pharmacon: Jurnal Farmasi Indonesia*, **19**(2), 203-212.
- Iflachah Lailatul Riha., 2021, Analisis Perbandingan Minat Konsumen Remaja Putri Siswa SMK Pariwisata Terhadap Produk Kosmetik Skincare Antara Produk Lokal Di Surabaya Dan Produk Luar Negeri (Korea), *E-Jurnal*, **(10)****3**, 15.
- Inang, Sh dan Gewati Mikhael, 2024, *Industri Kosmetik Nasional Tumbuh Fenomenal, Pemerintah Dorong Hasilkan Produk Berdaya Saing Global*, <https://money.kompas.com/read/2024/02/20/211327326/industri-kosmetik-nasional-tumbuh-fenomenal-pemerintah-dorong-hasilkan-produk>, 17 Oktober 2024.

- Indriani, Mita, 2016, Adopsi e-Commerce dalam Rumah Tangga antara Laki-laki dan Perempuan di Kota Yogyakarta, *IPTEK-KOM*, **18**(2), 113-124.
- Isoraite, M., 2016, Marketing Mix Theoretical Aspects, *International Journal of Research*, **4**(6): 25-37.
- Jakpat, 2020, *Beauty Trend Report 2020*, diakses di <https://blog.jakpat.net/beauty-trend-2020-jakpat-surveyreport/> pada 11 Desember 2024.
- Jan, M. T., Haque, A., Abdullah, K., Anis, Z., & Faisal-E-Alam, 2019, Elements of Advertisement and their Impact on Buying Behaviour: A Study of Skincare Products in Malaysia, *Management Science Letters*, **9**(10), 1519–1528. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.033>.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2012, *Marketing Management*, 13th edition. Pearson Prentice Hall, Inc, New Jersey.
- Kotler, P., dan Armstrong, G., 2012, *Principles of Marketing*, Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016, *Marketing Management*, 15<sup>th</sup> Edition, Pearson Education, Inc, New Jersey.
- Kotler, P., And G. Armstrong, 2018, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 12th Ed., Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P.T., Keller, K.L., Brady, M., Goodman, M., Hansen, T., 2019, *Marketing Management*, Pearson Education, Singapur.
- Kotler, Philip., dan Gary Armstrong, 2019, *Principles of Marketing*, 14th edition., Pearson Education, Inc, New Jersey.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., McDaniel, C., 2011, *Introduction to Marketing*, 11th ed, South-Western Cengage Learning.
- Lonkila. M., 2011, *Networks in the Russian Market Economy*. Macmillan Publishers Ltd., Hampshire, UK.
- Lynn, M. R., 1986, Determination and Quantification of Content Validity, *Nursing Research*, **35**(6), 382–386.
- Mamonto, F.W., Wiliem J.F.A.T., dan Mirah H.R., 2021, Analysis of Marketing Mixed Factors (4P) On Purchase Decisions at Podomoro Poigar Eating House in New Normal Era, *Jurnal EMBA*, **9**(2), 110-121.
- Mikhriani, 2012, Analisis Segmentasi Pasar Perawatan Kulit Wajah Natasha Skincare Yogyakarta, *Jurnal Dakwah*, **13**(1). 105–136.
- Muazam, A. R., 2020, Transaksi e-commerce didominasi Generasi Z dan milenial, <https://www.alinea.id/gaya-hidup/transaksi-e-commercedidominasi-generasi-z-dan-milenial-b1ZRL9woj>, 30 September 2024.
- Muhamad, Nabilah, 2024, Shopee Kuasai Pasar E-Commerce Produk Kecantikan di Indonesia, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/18/shopee-kuasai-pasar-e-commerce-produk-kecantikan-di-indonesia>, 25 Juni 2024.
- Muhson, A., 2015, *Pedoman Praktikum Aplikasi Komputer Lanjut*, FE UNY, Yogyakarta.
- Mybest.com, 2023, *10 Rekomendasi Produk Avoskin Terbaik (Terbaru Tahun 2024)*, diakses di <https://id.my-best.com/137246> pada 11 Desember 2024.
- Nawawi, H., 2012, *Metodologi Penelitian Bidang Sosial*, 141-152, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.

- Nugroho, A.R., & Irena, A., 2017, The Impact of Marketing Mix, Consumer's Characteristics, and Psychological Factors to Consumer's Purchase Intention on Brand "W" in Surabaya, *iBuss Management*, **5**, 55–69.
- Polit, Denise F, Beck, C. T., & Owen, S. V., 2007, Focus on Research Methods Is the CVI an Acceptable Indicator of Content Validity? Appraisal and Recommendations, *Research in Nursing & Health*, **30**, 459–467. <https://doi.org/10.1002/nur>.
- Pratiwi, R. S. dan Wisnubrata, 2023, Produk Kecantikan Lokal Masih Unggul di Tokopedia Beauty Awards 2023, <https://lifestyle.kompas.com/read/2023/12/08/060612720/produk-kecantikan-lokal-masih-unggul-di-tokopedia-beauty-awards-2023?page=all>, 25 Juni 2024.
- Priansa, Donni Juni, 2017, *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Pustaka Setia, Bandung.
- Putri, Nur Latifa Isnaini, 2023, Analisis Studi Perilaku Konsumen dalam Menentukan Keputusan Pembelian Skincare, *YUME: Journal of Management*, **6**(3), 145-151.
- Rachman, Vicky, 2024, Kontribusi Penjualan Avoskin di Shopee Capai 40%, diakses di <https://swa.co.id/read/447306/kontribusi-penjualan-avoskin-di-shopee-capai-40-pada-08-Desember-2024>.
- Rahi, S., 2017, Desain dan metode penelitian: Tinjauan sistematis paradigma penelitian, masalah pengambilan sampel dan pengembangan instrumen. *Jurnal Ekonomi Internasional & Ilmu Manajemen*, **6**(2), 1-5. DOI: 10.4172/2162 6359.1000403
- Rangkuti, Freddy, 2010, *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, Edisi Revisi, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rizki, A.G., Hidayat, K. dan Rahma Devita, L.D., 2019, Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Indonesia, (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 yang Membeli Barang Secara Online di E-commerce), *Jurnal*.
- Sari, S. A. dan Kusdiyanto, 2024, Analysis of the Effect of Marketing Mix (4p) on Purchase Decisions Fashion Products on Shopee's E-Commerce (Case study on the Z Generation of the City of Surakarta), *Proceedings Series on Social Sciences & Humanities*, **15**, 137-138.
- Sinambela, F. A. dan Putri, A., 2024, Analisis Pengaruh Minat Beli Produk Skincare di E-Commerce, *Jurnal Manajemen dan Sains*, **9**(1), 670-680.
- Sirajuddin, Senathirajah, Haque, S., dan Isa, A. M. M., 2023, Marketing Mix Influence on Consumer Buying Behavior: A Case Study on The Cosmetics Industry, *Journal of Professional Business Review*, **8**(5), 1-21.
- Siregar, Syofian, 2011, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Siregar, Syofian, 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif*, PT Fajar Interpratama Mandiri, Jakarta.

- Suarjana, dkk., 2014, Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Kecamatan Tampaksiring-Gianyar, *Jurnal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha*.
- Sugiyono, 2018, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Sunyoto, D., 2012, *Dasar-dasar manajemen pemasaran*, CAPS, Yogyakarta.
- Suryani, Bhukti, 2021, *150 Juta Warga Punya Akun Ecommerce, Warga Jogja & Sleman Masuk Daftar Pembeli Online Terbanyak*, diakses di <https://news.harianjogja.com/read/2021/03/27/500/1067368/150-juta-warga-punya-akun-ecommerce-warga-jogja-sleman-masuk-daftar-pembeli-online-terbanyak> pada 11 Desember 2024.
- Syafitri, Diana Eri dan Nur, Mawardi, 2024, Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran pada Bisnis Agrowisata (Studi Kasus CV. Empang Emak Niyah), *Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 1(2), 198-217.
- Syauki, W. R. and Amalia A.D. A., 2020, Persepsi dan Preferensi Penggunaan Skincare pada Perempuan Milenial dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran, *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 4(2). 42–60.
- Tahitu, A., Tutuhatunewa, A. R., Fadirubun, V. M., 2024, Pengaruh Komunikasi Organisasi terhadap Gaya kepemimpinan Lurah Milenial di Kota Ambon, *Jurnal BADATI*, 6(1), 53-72.
- Thu, 2019, *The Influences of Marketing Mix Elements on Consumer Purchase Intention of Cosmetic Products*, Yangon University of Economics.
- Umezeli, G.E., Ohen. S.B., 2015, Marketing Mix Strategies and Entrepreneurial Competence: Evidence from Micro Restaurants in Calabar Metropolis, Cross River State, Nigeria. *International Conference in Agricultural Economist*, Milano.
- Verina, R. N., Nurrachmi, R., dan Zaerofi, A., 2024, The Influence of Marketing Mix on Purchasing Decisions on E-Commerce Live Streaming Platforms, *International Journal of Education, Management, and Technology*, 2(1), 6-7.
- Wibowo, Y. G., Wulandari, R. H., dan Qomariah, N., 2021, Impact of Price, Product Quality, and Promotion on Consumer Satisfaction in Cosmetics and Skincare, *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 4, 978-986.
- Wong, J., 2010, Internet Marketing for Beginners, *Komputindo Administrasi Bisnis*, 72(2), pp.49-56.
- Writer, S., 2018, *Shopee found to be the most popular e-commerce site for Indonesian mothers*, <https://www.marketing-interactive.com/shopee-found-to-be-the-most-popular-ecommerce-site-for-indonesian-mothers> 08 Desember 2024.