

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham, R., 2023, Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Acne Patch*, *Skripsi*, Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Agustina, R. M., Efendi, N., dan Tulim A., 2024, Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Skintific pada Mahasiswa/i Kota Medan.
- Akbar, H.U. & Setiady, P., 2000, *Metodologi Penelitian Sosial*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Akkas, N. & Marwana., 2019, Analysis of the Effect of the Mix Strategy Marketing of Honda Motorbike Purchasing Decisions CV. The Grace of Prime Palu, *Sinar Manajemen Journal*, 105–110.
- Alessandrina, D., 2023, Delapan Tahun Hadir, Emina Kenalkan Tagline Baru Auteentic Beauty, <https://www.marketeers.com/delapan-tahun-hadir-emin-a-kenalkan-tagline-baru-auteentic-beauty/>, 19 Oktober 2024.
- Alma, B., 2013, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Al Amin, M., 2017, Klasifikasi Kelompok Umur Manusia Berdasarkan Analisis Dimensi Fraktal Box Counting Dari Citra Wajah Dengan Deteksi Tepi Canny, *MATHunesa (Jurnal Ilmiah Matematika)*, 2(6).
- American Marketing Association (AMA), 2024, Definitions of Marketing, <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>, 19 Oktober 2024.
- Angelika, Y., 2023, Pengaruh Bauran Pemasaran dan Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik "Somethinc", *Skripsi*, Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Assauri, S., 2018, *Manajemen Pemasaran: dasar, konsep, dan strategi*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Astuti, R., & Faroh, W. N., 2024, Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare Acne Series MS Glow, *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(1), 45-56.
- Ashari, A., & Sudarwanto, S., 2020, Pengaruh Teman Sebaya dan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Lip Cream, *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2), 123-134.
- Atmi, R. T. dan Famiky, D., 2023, Analisis Pemenuhan Kebutuhan Sumber Informasi Kecantikan pada Generasi Z, *PALIMPSEST: Jurnal Ilmu Informasi dan Perpustakaan*, 14(2), 125-127.

- Aufi, F., dan Aji, H. M., 2021, Halal Cosmetics and Behavior of Muslim Women in Indonesia: the Study of Antecedents and Consequences, *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 3(1): 11-22.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan RI (BPOM RI), 2024, *Cosmetic Handbook: Frequently Asked Question Iklan Kosmetik*, Direktorat Pengawasan Badan POM Republik Indonesia, Jakarta.
- Badan Pusat Statistika (BPS), 2022, *Statistik Telekomunikasi Indonesia*, Badan Pusat Statistik, Jakarta.
- Chaedar, F. B. C., 2019, Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk DAC Hijab Yogyakarta, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Compas.co.id, 2020, Brand Makeup Lips Lokal Menguasai Marketplace, <https://compas.co.id/article/brand-makeup-lokal-september/>, 8 Februari 2025.
- Compas.co.id, 2021, Salah Satu Brand Favorit Millennial, Angka Penjualan Emina Tembus Rp4,5 Miliar, <https://Compas.co.id.co.id/article/data-penjualan-emina/>, 19 Oktober 2024.
- Compas.co.id, 2022, 10 *Brand Skincare* Lokal Terlaris di *Online Marketplace*, <https://Compas.co.id.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>, 19 Oktober 2024.
- Chandra, G., 2002, *Strategi dan Program Pemasaran*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Cravens, D. W. & Piercy, N. F., 2013, *Strategic Marketing*, 10th Edition, McGraw Hill, New York.
- Daya, 2023, Perkembangan Kosmetik Lokal 2022, <https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/pengembangan-diri/perkembangan-industri-kecantikan-bagian-2->, 19 Oktober 2024.
- Daryanto, 2011, *Manajemen Pemasaran*, PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, Bandung.
- Deepak, R. K. A. & Jeyakumar, S., 2019, *Marketing Management*, Orangebooks Publication, New Delhi.
- Departemen Kesehatan Republik Indonesia, 2009, *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 51 Tahun 2009 tentang Pekerjaan Kefarmasian*, Departemen Kesehatan Republik Indonesia, Jakarta.
- Emina, 2024, *About Us*, <https://www.eminacosmetics.com/about-us>, 19 Oktober 2024.
- Euromonitor International, 2024, *Beauty and personal care in Indonesia*, <https://www.euromonitor.com/beauty-and-personal-care-in-indonesia/report>, 14 Januari 2025.

- Gikonyo, M. W., 2023, Influence of Marketing Mix on Consumer Buying Behavior in The Retail Supermarkets Nairobi Country, *Research Project*, Unites States International University, Africa.
- Ghozali, I., 2018, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program: IBM SPSS 25*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hamdani, T., 2022, Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Dettol, *Skripsi*, Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Indonesia.go.id, 2023, Fenomena Cantik Industri Kosmetik, <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/7804/fenomena-cantik-industri-kosmetik?lang=1>, 19 Oktober 2024.
- Izanah, A. & Widiartanto, 2020, Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Mahasiswa FISIP Universitas Diponegoro), *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 259–265.
- Lupiyoadi, R. & Hamdani, A., 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2024, *Kategori Usia*, <https://ayosehat.kemkes.go.id/kategori-usia>, 14 Desember 2024.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2024, Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan *Blue Economy*, <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung->, 19 Oktober 2024.
- Kementerian Perindustrian, 2024, Kemenperin Pacu IKM Kosmetik Maksimalkan Pasar yang Ekspansif, <https://ikm.kemenperin.go.id/kemenperin-pacu-km-kosmetik-maksimalkan-pasar-yang-ekspansif>, 19 Oktober 2024.
- Khairunnisa, F., & Jamiat, N., 2021, Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Secara *Online* Melalui *E-commerce* Shopee di Indonesia, *E-Proceeding of Management*, 8(1), 394–408.
- Kotler, P., 2000, *Prinsip-prinsip Pemasaran Manajemen*, Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, P., 2003, *Marketing Insight from A to Z*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. & Armstrong, G., 2019, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1. Diterjemahkan oleh Bob Sabran, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., Burton, S., Deans, K., Brown, L., & Armstrong, G., 2013, *Marketing*, 9th Edition, Pearson Australia, New South Wales.

- Kotler, P. & Keller, K. L., 2016, *Marketing Management*, 15th edition, Pearson Education, United State of America.
- Kristina, S. A., dan Kuswahyuning, R., 2020, Anti- Aging Cosmetics and Factors Associated with Purchase Behavior In Yogyakarta, Indonesia, *International Journal of Scientific & Technology Research*, 9(2): 1942-1945.
- Kusumaningrum, D. N. T., 2019, Pengaruh Terpaan Iklan Kosmetik Maybelline Di Televisi Dan Intensitas Komunikasi Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline, *E-journal UNDIP*.
- Indah, S. E. S., Kusnanto, D., & Nawangsih, 2021, Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Make Up Emina di Kabupaten Lumajang, *Jobman: Journal of Organization and Business Management*, 3(4), 263–268.
- Islamy, I., 2019, *Penelitian Survei dalam Pembelajaran & Pengajaran Bahasa Inggris*, Universitas Muhammadiyah, Purwokerto.
- Mawaddah, K. H., Supraptiningsih, E., dan Raihana, S. H., 2018, Studi Deskriptif *Impulse Buying* pada Kosmetik di Kalangan Mahasiswi Psikologi, 7(2), 84.
- Medina, M., 2021, Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pada Pemilihan Produk Suplemen Makanan, *Skripsi*, Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Nielsen, 2021, *Beauty and personal care trends in Indonesia*, <https://www.nielsen.com/id/en/insights/article/2021/beauty-and-personal-care-trends-2021/>, 14 Januari 2025.
- Nursalam, 2017, *Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan*, Salemba Medika, Jakarta.
- Padilah, T. N. & Adam, R. I., 2019, Analisis Regresi Linier Berganda dalam Estimasi Produktivitas Tanaman Padi di Kabupaten Karawang, *Jurnal Pendidikan Matematika dan Matematika*, 5(2), 119.
- Pakpahan, M., 2016, *Manajemen Pemasaran*, CV Rural, Medan.
- Ponto, J., 2015, Understanding and Evaluating Survey Research, *Journal of The Advanced Practitioner in Oncology*, (6): 168-171.
- Rukmana, I. D., 2022, 7 Perusahaan Kosmetik di Indonesia, <https://Compas.co.id.co.id/article/perusahaan-kosmetik-di-indonesia/#:~:text=1.,%2C%20Make%20Over%2C%20dan%20Emina.>, 30 Oktober 2024.
- Saleh, M. Y. & Said, M., 2019, *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies*, SAH Media, Makassar.

- Saleh, A. H., Prihandoyo, C., dan Indriastuty, N., 2023, Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Nirvana Beauty Sumberejo Balikpapan, *Jurnal Media Riset Ekonomi*, 2(1), 25-29.
- Saputra, S. dan Rangkuti, P. W., 2022, Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Social Media Marketing*) dan Kualitas (*Brand Image*), terhadap *Purchase Decision* pada *Cosmetics*, *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi*, 9(3), 1097.
- Sayid, M., 2020, *Strategi Pemasaran Bisnis Farmasi*, Zifatama Jawara, Sidoarjo.
- Shankar, V. & Carpenter, G. S., 2012, Edward Elgar Publishing, *Handbook of Marketing Strategy*. Cheltenham.
- Sihotang, H., 2023, *Metode Penelitian Kuantitatif*, UKI Press, Jakarta.
- Simanjuntak, S. & Siahaan, B. N., Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Baku yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022, *Jurnal Kolaboratif Sains (JKS)*, 7(2), 907.
- Sugiyono, 2020, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sutanto, H., 2013, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, CV Pustaka Setia, Bandung.
- Thu, T. M., 2019, *The Influences of Marketing Mix Elements On Consumer Purchase Intention of Cosmetic Products*, Yangon University of Economics, Myanmar.
- Tjiptono, F., 2015, *Strategi Pemasaran*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Wang, X. & Cheng, Z., 2020, Cross-Sectional Studies: Strengths, Weaknesses, and Recommendations, *Chest Journal*, 158(1), 65.
- Wibowo, R. A., 2019, *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke-1, Semarang University, Semarang.
- Yulianti, N. M. D. R., Oktaviani, P. N., Yoga, I M. S., Wisudawati, N. N. S., dan Sari, P. R. J., 2021, Perilaku Pembelian Kosmetik Secara *Online* Selama Pandemi, *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 4(2), 421.
- Zalianty, A. A., 2023, Strategi Komunikasi Pemasaran yang Dilakukan Brand Emina,
<https://www.kompasiana.com/almazlntyy/643f87684addee50bf3e0b02/strategi-komunikasi-pemasaran-yang-dilakukan-brand-emina>, 19 Oktober 2024.