

DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, M., Alawiyah, T., Apriansyah, G., Sirodj, R.A. and Afgani, M.W. 2023. Survey Design: Cross Sectional dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*, 3(01).
- Abraham, R. 2023. Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian produk acne patch. Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada.
- Albertus, Magnus, Prestianta. (2023). Patterns of media and social media use in generation z in Indonesia. *Jurnal studi komunikasi*, 7(1):195-214. doi: 10.25139/jsk.v7i1.5230
- Angelika, Y. 2023. Pengaruh bauran pemasaran dan faktor perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk kosmetik “Somethinc”. Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada.
- Armstrong, K. 2015. *Marketing: an introduction*. 12th edn. Inggris: Pearson Education Limited.
- Aziz, F. N. dan Munandar, A. A. 2022. Hubungan & Pengaruh Antara Review Product Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare di E-Commerce Shopee. 3(2):42-42. doi: 10.32897/retims.2022.3.2.1750
- Balaka, M.Y. 2022. Metodologi penelitian kuantitatif. Jawa Barat: CV. Widina Media Utama.
- BKKBN. 2024. Laporan Kependudukan Indonesia 2024. Direktorat Analisis Dampak Kependudukan.
- BPS. 2020. Jumlah dan Distribusi Penduduk. <https://sensus.bps.go.id/main/index/sp2020>
- Buchari, A. 2016. Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. Bandung: Alfabeta.
- Budiman, J. & Steven, S. 2021. Analisis strategi bauran pemasaran pada pelanggan PT. Nusantara Surya Sakti cabang Pontianak. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(1), pp. 94-102.
- Chauhan, J. S. 2023. *Brand Loyalty and Its Impact on Repeat Purchase Behaviour of Customers: A Cross-Sectional Study in the FMCG Context*. 55(1) doi: 10.48047/pne.2018.55.1.83
- Danang, Sunyoto. 2013. Dasar-dasar manajemen pemasaran. Yogyakarta: CAPS.
- Dina, B.N.I. 2021. Analisis keputusan konsumen terhadap pembelian skincare Emina melalui e-commerce marketing berdasarkan bauran pemasaran. Skripsi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- FMI. 2023. *Men's Skincare Products Market*. [Futuremarketinsights.com. https://www.futuremarketinsights.com/reports/mens-skincare-products-market](https://www.futuremarketinsights.com/reports/mens-skincare-products-market).
- Ghozali, I. 2016. Aplikasi analisis *multivariate* dengan program IBM SPSS 23. Edisi VIII, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gikonyo, M. 2020. *Influence of marketing mix on consumer buying behavior in the retail supermarkets in Nairobi county*. United States International University, p.42.
- Gracia, T. & Nugroho, D. A. 2024. Pengaruh Product, Price, Place, Promotion Terhadap

- Keputusan Pembelian. doi: 10.21776/jmppk.2024.03.3.23
- Hamdhani, T. 2022. Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian pada produk Dettol. Skripsi, Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Hendryadi, Tricahyadinata, I., & Zannati, R. (2019). Metode Penelitian: Pedoman Penelitian Bisnis dan Akademik. Jakarta: Lembaga Pengembangan Manajemen dan Publikasi Imperium (LPMP Imperium)
- Irdana, F. 2023. Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian produk sabun muka. Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada.
- Ivory, S. & Macdonald, E. 2024. *Introduction to management*. Oxford: Oxford University Press.
- Jungang, W. 2023. *The Effect of Product Innovation and Product Variations on Consumer Buying Interest*. Siber International Journal of Digital Business. Doi: [10.38035/sijdb.v1i1](https://doi.org/10.38035/sijdb.v1i1)
- Kahf. 2024. *Kahf Everyday*. <https://www.instagram.com/kahfeveryday/>.
- Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia. 2024. Satudata Kemnaker | Portal Data Ketenagakerjaan RI. [satudata. kemnaker.go.id. https://satudata.kemnaker.go.id/data/kumpulan-data/1611](https://satudata.kemnaker.go.id/data/kumpulan-data/1611).
- Khanthong, P., Jirathanyasakul, S., Jinain, P. & Hanathanchuchot, T. 2020. *Marketing mix of men's skincare products in Bangkok Thailand*. 7th National and International Research Conference, pp. 131–134.
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2019. *Marketing an introduction*. 10th edn. Indonesia: Pearson.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2016. *Marketing management*. 15th edn. North Carolina: Pearson Education.
- Kumar, S. & Patra, S. 2017. *Prevalent advertising media & its role to build brand equity: A review*. Asian Journal of Research in Business Economics and Management, 7(7):78-87. doi: 10.5958/2249-7307.2017.00099.8
- Limanseto, H. 2024. Hasilkan produk berdaya saing global, industri kosmetik nasional mampu tembus pasar ekspor dan turut mendukung penguatan blue economy. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. Ekon.go.id. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung#:~:text=Tangerang%2C%20%20Februari%202024&text=Pertumbuhan%20fenomenal%20industri%20kosmetik%20di>. Diakses pada 28 September 2024.
- Martarahayu, S., Hermawan, A., Winarno, A. 2019. *Decision Factors for Purchasing Local Cosmetic Products*. European Journal of Business and Management, 11(21):104-111.
- Medina, M.A. 2021. Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan dan loyalitas pada pemilihan produk suplemen makanan. Skripsi, Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Minta, S., Suriani, Rachmi, M., 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.
- Mnushko, Z., Pestun, I., Timanyuk, I., Sofronova, I. & Aliekperova, N. 2016. *Management and marketing in pharmacy: part II*.
- Musfar, T.F. 2020. Buku ajar manajemen pemasaran: bauran pemasaran sebagai materi pokok dalam manajemen pemasaran. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Naufal, D. M., & Rahardjo, S. T. (2022). Pengaruh Pemasaran Produk Personal Care Pria Kahf Melalui Internal dan External Social Influencer Terhadap Minat Pembelian dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening di Kota Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, 11(4).
- 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.
- Oluwatobi, N., Emmanuel, O., Bestman, D. 2024. *Customer Segmentation Through RFM Analysis and K-Means Clustering: Leveraging Data-Driven Insights for Effective Marketing Strategy*. *Ceddi Journal of Information System and Technology (JST)*.
- ParagonCorp. 2024. *Paragon technology and innovation*. Paragon-innovation.com. Diakses pada 1 Oktober 2024.
- Purbohastuti, A. 2021. Efektivitas bauran pemasaran pada keputusan pembelian konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7, p.8.
- Putranto, T. D., Suyanto, B., & Ariadi, S. 2022. *Digital marketing communication of skincare products to develop men's consumptive behaviour*. *Jurnal Studi Komunikasi*, 6(1), 199–212. <https://doi.org/10.25139/jsk.v6i1.4346>
- Quick, J.P., Rankin, J.R., Laing, R.O. & O'Conor, R.W. 2012. *Managing drug supply, the selection, procurement, distribution and use of pharmaceutical*. 3rd edn. Connecticut, USA: Kumarin Press.
- RajyaLakshmi. 2023. *Consumer buying process for cosmetics – an analysis*. *Indian Scientific Journal Of Research In Engineering And Management*, doi: 10.55041/ijsrem26208
- Ramadhan, F. & Secapramana, V. 2020. *Analysis the effect of marketing mix on consumer decisions in buying paint products*.
- Ramdhani, G. 2020. Kahf, produk perawatan halal dan modern untuk pria masa kini. [online] liputan6.com. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4378590/kahf-produk-perawatan-halal-dan-modern-untuk-pria-masa-kini?page=2>. Diakses pada 28 September 2024.
- Safia, Han., David, Pegouske., Nesreen, Shahrour., Kristina, Wahagheghe., Meena, Moossavi. 2024. Influence Of Social Media On Gen-Z's Dermatological Practices: A Review. doi: 10.61853/27bzse98
- Sholihah, S. M. A., Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. 2023. Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102-110.
- Sirajuddin, R.S.B., Senathirajah, A.R.B.S., Haque, R. & Isa, A.M.M. 2023. *Marketing mix*

- influence on consumer buying behavior: a case study on the cosmetics industry.* International Journal of Professional Business Review, 8(5). doi:<https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i5.1499>.
- Siregar, S. 2017. Metode penelitian kuantitatif: dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & SPSS. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2019. Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Susilo, J., Alfiyana, S., & Firmansyah, M. F. 2023. Analisis harga, kepuasan dan kualitas produk terhadap perilaku konsumen. Jurnal Dimensi, doi: 10.33373/dms.v12i3.5689
- Statista. 2023. *Share of global consumers purchasing beauty products online in 2nd quarter 2023, by generation.* www.statista.com/statistics/1339362/consumers-purchasing-beauty-products-online-generation/.
- Statista. 2024. *Beauty and personal care revenue Indonesia 2025.* Statista. www.statista.com/forecasts/1220238/indonesia-revenue-beauty-and-personal-care-market.
- Teh, S. Y., Abdul Rahim, O., Shukri, S., & Mohamed Ismail, M.-I. (2016). *Application of mean and standard deviation in questionnaire surveys: construct validation.* 78. <https://doi.org/10.11113/JT.V78.8983>
- Tjiptono, F. 2018. Strategi pemasaran. Edisi Keempat. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ulandari, O. 2023. Efektivitas marketing mix 4P terhadap penjualan BUMDes ‘Sumber Rejeki’ Desa Samir Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung. Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA), 4(1), p.4. doi:<https://doi.org/10.37631/ebisma.v4i1.931>.
- Zhang, X., Ghosh, A. & Ali, D. A. 2024. *Research on Marketing Strategy Management based on Customer Retention.* doi: 10.54097/rdex2907