



DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, M., Alawiyah, T., Apriansyah, G., Sirodj, R.A., Afgani, W. M., 2023, Survei Design: Cross Sectional dalam Penelitian Kualitatif, *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*, 3(1): 31-39.
- Abraham, R., 2023, *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Acne Patch*, Skripsi, Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Akkas, N., dan 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.
- Alma, B., 2014, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, CV Alfabeta, Bandung.
- Ananda, A. M., Putri, A. R., dan Andriany, D., 2024, Preferences for the use of skincare products in Gen Z women from the perspective of marketing communication, *Indonesian Journal of Multidisciplinary Science*, 3(10).
- Andini, N. S., 2024, Kompas Market Insight Dashboard: Top 10 Brand Kategori Lipstik Ini Raih Market Share Tertinggi di E-commerce, <https://compas.co.id/article/market-insight-top-10-brand-lipstik/>, Diakses pada 13 Februari 2025.
- Angelia, D., 2022, 7 Merek Kosmetik Lokal Paling Banyak Digunakan di Indonesia 2022, <https://goodstats.id/article/apa-produk-kecantikan-paling-laris-di-indonesia-RVcaGfm>, Diakses pada 6 Februari 2025.
- Angelia, D., 2022, Apa Produk Kecantikan Paling Laris di Indonesia?, <https://goodstats.id/article/apa-produk-kecantikan-paling-laris-di-indonesia-RVGfm>, Diakses pada 6 Februari 2025.
- Angelia, D., 2022, Berbagai Produk Bibir Favorit Masyarakat Indonesia 2021, <https://goodstats.id/article/apa-produk-kecantikan-paling-laris-di-indonesia-RVGfm>, Diakses pada 6 Februari 2025.
- Angriani, R., K. E. S., dan Nurfitriani, 2020, Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Samarinda, *Ekonomia*, 9(3), 171-180.
- Arikunto, S., 1993, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Arikunto, S., 2006, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Assauri, S., 2017, *Manajemen Pemasaran*, Rajawali Press, Jakarta.
- Assyifa, S. R., Munawaroh, S., dan Maladi, M., 2024, Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Livi Beauty House Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Banjarmasin, *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 25(1)-53-63.



- Ayun, R. Q., 2020, *PT Paragon Technology and Innovation*, <https://www.tribunnewswiki.com/2020/03/08/pt-paragon-technology-and-innovation>, Diakses pada 12 Februari 2025.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan, 2019, *PERATURAN BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN NOMOR 23 TAHUN 2019*, <https://notifikos.pom.go.id/upload/informasi/20220805164646.pdf>, Diakses 28 September 2024.
- Boyd, H.W., Walker, O.C., dan Larreche., J.C., 2000, *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*, Edisi 2 Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Budiasuti, D., & Bandur, A., 2018, *Validitas dan Reliabilitas Penelitian*, Penerbit Mitra Wacana Media.
- Creswell, J. W., 2012, *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*, 4th edition, Pearson, Boston.
- Cristina, A.S., Asfar, A.M.I.T., Asfar, A.M.I.A., Sirwanti, Sari, T.P., dan Nurdin, 2022, *Liptint Organik Multifungsi: Transformasi Limbah Kulit Buah Naga Kombinasi Madu Trigona Pada Ibu PKK Desa Batulappa*, Edisi pertama, EUREKA MEDIA AKSARA, Purbalingga.
- Damanik, P. Y. dan Oktafani, F., 2017, Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik “By Lizzie Parra” (BLP) (Studi Pada Tayangan Beauty Vlog Lizzie Parra), *e-Proceeding of Management*, 4(2)-1804-1811.
- Devina, P., dan Andreani, F., 2009, Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian di Susan Spa & Resort Bandung, *Jurnal Teknik Elektro*, 6(1):108-120.
- Fuad, M., Nurbaya, S., dan Amirullah., 2017, *Pengantar Bisnis*, Indomedia Pustaka, Surabaya.
- Ghozali, I., 2018, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Goca, I.G.P.A.W. dan Pramana, I.G.A.A.P.D.E., 2022, Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Keunggulan Bersaing pada Industri Tata Rias di Kota Denpasar. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 17(1): 110-118.
- Haholongan, R., Ashari, D., Sinambela, R. S., Salsabila, S., & Diva., T., 2024, Menggali Perilaku Konsumen pada Pengguna Kosmetik di Toko Offline (Studi Kasus pada Produk Lokal Wardah), *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 8(2):237-245.
- Hamdani, T., 2022, *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Dettol*, Skripsi, Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Harness, A., 2019, *Daftar Kosmetik Halal di Indonesia yang Telah Disertifikasi MUI*, <https://kumparan.com/kumparanstyle/daftar-kosmetik-halal-di>



[indonesia-yang-telah-disertifikasi-mui-1548333618812262658/full](https://doi.org/10.24127/indonesia-yang-telah-disertifikasi-mui-1548333618812262658/full),

Diakses pada 11 Februari 2025.

- Heizer, J., dan Barry, R., 2015, *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*, Edisi 11, Salemba Empat, Jakarta.
- Heppy, N., dan Puspita, M. D., 2023, *Kategori Umur Balita, Remaja, dan Dewasa Menurut Kemenkes, Jangan Salah*, <https://www.tempo.co/gaya-hidup/kategori-umur-balita-remaja-dan-dewasa-menurut-kemenkes-jangan-salah--189378>, Diakses pada 5 Februari 2025.
- Hertanto, E., 2017, Perbedaan Skala Likert Lima Skala dengan Modifikasi Skala Likert Empat Skala, *Jurnal Metodologi Penelitian*.
- Indriastuty, N., Sukimin., Chayrunina, S., 2023, Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Masker Organik Albamask Pada Store Warzuqnishop Balikpapan, *Jurnal Geo Ekonomi*, 14(01):39-50.
- Indriati, E., Veronica, A., dan Sibarani, M., 2022, Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik pada Madame Gie Official Shop di Marketplace Shopee. *Journal Economics and Management (JECMA)*, 4(2): 50-62.
- Irsad, Z., 2009, *Analisis Marketing Mix (Product, Price, Promotion, dan Place) yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pengguna Operator ESIA*. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Izanah, A., dan Widiartanto, 2020, Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Mahasiswa FISIP Universitas Diponegoro), *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3):259-267.
- Jakpat, 2024, *Beauty Trends 2024 #1: Makeup Trends & Usage Behavior*, <https://insight.jakpat.net/beauty-trends-2024-1-makeup-trends-usage-behavior/>, Diakses pada 6 Februari 2025.
- Janna, N.M. dan Herianto, H., 2021, *Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS*.
- KBBI, 2024, Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.web.id/lipstik>, Diakses 20 Oktober 2024.
- Kotler, P., 2000, *Marketing Management*, 10th Edition, Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler, P., dan Armstrong, G., 2016, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., dan Keller, K.L., 2009, *Marketing Management*, Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Kotler, P., dan Keller, K.L., 2016, *Marketing Management*, 15th Ed, Pearson.
- Kotni, V. V. Devi Prasad, 2020, An Adapted Model for Consumer Decision Making Process of Hand Sanitizer Products in COVID-19 Scenario, *Dogo Rangsang Research Journal*, ISSN: 2347-7180.
- 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.



- Ligia, A., Mananeke, L., dan Sepang, J., 2014, Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Bentenan Center Sonder Minahasa, *Jurnal EMBA*, 2(3): 1737-1749.
- Lina, R.F., 2017, *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Exclusive Matte Lip Cream pada Wardah Beauty House Medan*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Mardiatmoko, G., 2020, Pentingnya Uji Asumsi Klasik pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [*Canarium indicum L.*]), *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*, 14(3):333-342.
- Medina, M., 2021, *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pada Pemilihan Produk Suplemen Makanan*, Skripsi, Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- MPM Beauty, 2024, *Bagaimana E-Commerce Mengubah Wajah Bisnis Kosmetik*, <https://mpmbeauty.co.id/bagaimana-e-commerce-mengubah-wajah-bisnis-kosmetik/>, Diakses pada 13 Februari 2025.
- Muhammad, F.M., 2024, *Industri Kosmetik Lokal Kian Meroket, Pertumbuhan Tembus Angka 48 Persen*, <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2024/08/22/industri-kosmetik-lokal-kian-meroket-pertumbuhan-tembus-angka-48-persen>, Diakses 28 September 2024.
- Nur, S., 2023, *Paragon Raih 3 Penghargaan di LPPOM MUI Halal Award 2023*, <https://news.detik.com/berita/d-6915956/paragon-raih-3-penghargaan-di-lppom-mui-halal-award-2023>. Diakses 7 Oktober 2024.
- Orivia, A.I., 2023, Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kosmetik Maybelline, *Jurnal Bisnis Manajemen dan Akuntansi (BISMAK)*, 3(2): 66-74.
- Pahlevi, R., 2022. *Survei: Mayoritas Publik Belanja Kosmetik di E-Commerce*, [Survei: Mayoritas Publik Belanja Kosmetik di E-Commerce](#), Diakses pada 13 Februari 2025.
- Patino, C.M., & Ferreira, J.C., 2018, Inclusion and Exclusion Criteria in Research Studies: Definitions and Why They Matter. *J Bras Pneumol*, doi: <https://doi.org/10.1590/S1806-37562018000000088>.
- Perreault, W.D., Cannon, J. P., dan McCarthy, J. E., 2014, *Basic Marketing*, MCGraw-Hill, New York.
- Ponto, J., 2015, Understanding and Evaluating Survey Research, *Journal of The Advanced Practitioner in Oncology*, 6: 168-171.
- Pramesthi, P. A., 2024, Wardah's Winning Marketing Strategy: Know the Key to Success, <https://www.visuwisu.co/en/insights/wardah-marketing-strategy>, Diakses pada 13 Februari 2025.
- Prawirosentono, S., 2012, *Manajemen Sumber Daya Manusia: Kebijakan Kinerja Karyawan*, Edisi Pertama, Cetakan Kedelapan, BPFE, Yogyakarta.



- Priyatno, D., 2017, *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS.*, Mediakom, Yogyakarta.
- Putra, A. P., dan Zakariya, N. A., 2023, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Memilih Produk Halal, *JIESP: Journal of Islamic Economics Studies and Practices*, 2(1): 62-74.
- Putri, Ayuningtyas, N., & Ambarwati, N. S. S., 2019, Fakto-faktor Keputusan Konsumen Dalam Membeli Kosmetika Perawatan Wajah, *Jurnal Tata Rias*, 9(2), 22–31. <https://doi.org/10.21009/9.2.3.2009>.
- Putri, F. A. P. dan Patrikha, F. D., 2021, Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Wom* terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik di Aplikasi Soco, *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 4(2):449-460.
- Rahmayanti, E., 2020, *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah (Studi Kasus pada Konsumen Wardah di Kalibata Mall)*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trilogi, Jakarta.
- Ramadhan, I. B., Supriyadi, M. E., Anggraeni, T. C., Kusprianti, L. & Sujarwanto, A., 2024, Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening di Cikarang, *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(1):437-448.
- Ridha, N., 2017, Proses Penelitian, Masalah, Variabel, dan Paradigma Penelitian, *Jurnal Hikmah*, 14(1): 62-70.
- Rosdiyanti, E., Nuryanti, E., Yani, M., dan Yusuf, Y., 2022, Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) untuk Meningkatkan Omzet Penjualan. *Business Management*, 1(2).
- Satibi, 2014, *Manajemen Obat di Rumah Sakit*, Yogyakarta.
- Sharif, O. O. dan Fitriani V., Analisa Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Merek Konsumen pada Produk Kosmetik, *e-Proceeding of Management*, 5(1).
- Sholihah, S.M., Aditiya, N. Y., Evani, E. S., Maghfiroh, S., 2023, Konsep Uji Asumsi Klasik pada Regresi Linear Berganda, *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman (JRAS)*, 2(2):102-110.
- Sihotang, H., 2023, *Metode Penelitian Kuantitatif*, UKI Press, Jakarta.
- Sirwanti, S., Nursyam, A., & Ningsi, E., 2019, Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pekerjaan dan Pendapatan Orang Tua terhadap Prestasi Belajar Matematika Siswa. *Delta-Pi: Jurnal Matematika Dan Pendidikan Matematika*, 8(2):23–42.
- Skoog, D.A., 1985, *Principles of Instrumental Analysis*, Third Ed, Saunders College Publishing, New York.
- Stefanni dan Meirisa, F., 2024, Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Madu Kembang Joyo Sriwijaya Di Palembang, *MDP Student Conference*, 3(2):693-697.
- Sugiyono, 2011, *Pendekatan Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Alfabeta, Yogyakarta.



- Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Suhardi, Y., Burda, A., Zulkarnaini, Darmawan A., & Oktavia, L., 2021, Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 4(2)-583-594.
- Susanti, F., 2015, Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Klien Dalam Memilih Radio Carano Sebagai Media Promosi Iklan, *Jurnal KBP*, 3(1): 94-103.
- Tari, 2024, *Kelayakan Konsentrasi Ekstrak Kulit Buah Delima (Punica granatum L) dan Ekstrak Bunga Mawar (Rosa hybrid L) sebagai Lip Balm*, Skripsi, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang.
- 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*, Edisi Keempat, ANDI, Yogyakarta.
- Tjiptono, F., 2016, *Pemasaran Esensi & Aplikasi*, Edisi Kesatu, ANDI, Yogyakarta.
- Trijaji, N., 2024, *Wardah Nomor Satu di Top 10 Brand Lokal untuk Kategori Lipstik di E-Commerce*, <https://kabarindo.com/post/wardah-nomor-satu-di-top-10-brand-lokal-untuk-kategori-lipstik-di-e-commerce/40888>, Diakses pada 12 Februari 2025.
- Trisnawati, O.M., 2017, Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (Studi Pada Pengguna Mobile Banking Bank Sinarmas Cabang Malang), *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 4(2): 174-184.
- Utami, D.T., 2019, *Formulasi Lip Cream Ekstrak Etanol Kulit Buah Naga Merah (Hylocereus polyrhizus) sebagai Pewarna Alami*. Skripsi, Fakultas Farmasi dan Kesehatan Umum Institut Keseharan Helvetia, Medan.
- Waluyo, D., 2024, *Kinclong Industri Kosmetik Tanah Air*, <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/7984/kinclong-industri-kosmetik-tanah-air?lang=1>, Diakses 6 Februari 2025.
- Widhiarso, W., 2010, *Uji Linieritas Hubungan*, Fakultas Psikologi, UGM.
- Wisudaningsi, B.A., Arofah, I., dan Belang, K.A., 2019, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Menggunakan Metode Analisis Regresi Linear Berganda. *Statmat: Jurnal Statistika dan Matematika*, 1(1): 103-116.