

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., dan Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS): alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis*. Andi.
- Al Faruq Abdullah, M. (2020). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Skin Care. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 463634. <https://doi.org/10.22441/JIMB.V6I2.8894>
- As'ad, H. A.-R., & Alhadid, A. Y. (2017). *The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan*. 1(December), 279–294.
- AzarineCosmetics.com. (2022). *The Beginning of Azarine Great Story - Azarine Cosmetics*. <https://azarinecosmetic.com/story-of-azarine>
- Buchari Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (xiii). <http://perpus.bandungkab.go.id/opac/detail-opac?id=6755>
- Fanadaya, H., & Budiyanto. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1–7.
- Fattah AL-AZZAM, A., & Al-mizeed, K. (2021). The Effect of Digital Marketing on Purchasing Decisions: A Case Study in Jordan. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(5), 455–463. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2021.VOL8.NO5.0455>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (Edisi 4). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, R. (2021). BUYING DECISION INFLUENCE WITH PRICE, PRODUCT QUALITY AND PROMOTING. *International Journal of Economic, Technology and Social Sciences (Injects)*, 2(1), 216–226. <https://doi.org/10.53695/injects.v2i1.384>
- Iftitah Nurul Laily. (2022, January 3). *5 Sunscreen untuk Kulit Berminyak dengan Harga Terjangkau - Lifestyle Katadata.co.id*. <https://katadata.co.id/intan/berita/61d24f4723d1e/5-sunscreen-untuk-kulit-berminyak-dengan-harga-terjangkau>
- Iman, D., Zainul, K., & Kholid Mawardi, A. M. (2015). Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Kesadaran Konsumen Pada Produk Internasional (Studi pada Pengguna Produk Uniqlo di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol*, 24(1).
- Indayanti, R. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Harga Terhadap*

Keputusan Pembelian Sunscreen Nivea di Surabaya.

- Indrayani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25–34.
- Jaclyn, A. (2022). *Kenali Kadar Minimal dan Maksimal SPF Tabir Surya yang Aman - KlikDokter*. Klikdokter. <https://www.klikdokter.com/info-sehat/kulit/kenali-kadar-minimal-dan-maksimal-spf-tabir-surya-yang-aman>
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L., & C. He, H. (2021). Principles of Marketing. In *Pearson education ltd* (Issue 18th Edition). www.pearson.com/uk
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management MARKETING MANAGEMENT Marketing Management. In *Marketing Management*.
- Lestari, R., & Suryani, L. (2022). The Effect of Brand Image, Price Perception, and Product Quality on the Purchase Decision of Ms Glow Skincare on Students of the National University of Jakarta Selatan. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 5(2), 11755–11761. <https://doi.org/10.33258/BIRCI.V5I2.5007>
- Limpo, L., Rahim, A., & Hamzah. (2018). Effect of Product Quality, Price, and Promotion to Purchase Decision. *IJoASER (International Journal on Advanced Science, Education, and Religion)*, 34(2), 29–40.
- M, O. M., & Rowena, J. (2019). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Pada Produk High End Make Up And Skin Care Pada Generasi Millennial Jakarta. *Jurnal Bina Manajemen*, 7(2), 161–170. <https://wiyatamandala.e-journal.id/JBM/article/view/48>
- Muhammad. (2021). *Di Tengah Pandemi, Penjualan Produk Skincare Kalahkan Kosmetik*. <https://www.gatra.com/news-518212-ekonomi-di-tengah-pandemi-penjualan-produk-skincare-kalahkan-kosmetik.html>
- Nyoman, B., Putra, K., & Vipraprastha, T. (2022). PERSONAL BRANDING, SOCIAL MEDIA MARKETING, DAN WORD OF MOUTH DALAM MENINGKATKAN BUYING DECISION PADA KONSUMEN E-COMMERCE SHOPEE. *Modus*, 34(1), 75–84. <https://doi.org/10.24002/MODUS.V34I1.5061>
- Okadiani, N. L. B., Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2019). Green Product, Social Media Marketing and Its Influence on Purchasing Decisions. *International Journal of Applied Business and International Management (IJABIM)*, 4(3), 69–74. <https://doi.org/10.32535/IJABIM.V4I3.684>
- Papawadee, S. (2021). *HOW SOCIAL MEDIA EFFECT TO CUSTOMER PURCHASING DECISION IN SKINCARE PRODUCT*. <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/4179>
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Udayana.
- Putri Wahyu Ningsi, W., Ekowati, S., & Muhammadiyah Bengkulu, U. (2021). PENGARUH PROMOSI DI MEDIA SOSIAL DAN WORD OF MOUTH

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE MS GLOW. *JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB)*, 2(1), 50–57. <http://jurnal.imsi.or.id/index.php/jmmib/article/view/36>

- Sarjono, H., & Julianita, W. (2013). *SPSS VS LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Penerbit Salemba Empat.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Comportamiento del Consumidor* (10th ed.). Pearson. <http://www.monografias.com/trabajos5/comco/comco.shtml>
- Simamora, H. (2014). *Manajemen Pemasaran Internasional* (Cetakan Ke). Salemba Empat.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (ed.)). Alfabeta.
- Tafsir, M., Shaari, R., Muchtar, H., & Firmansya, F. (2018). The Effects of Product Quality and Interpersonal Communication on Customer Loyalty. *International Journal on Advanced Science, Education, and Religion*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.33648/IJOASER.V1I1.1>
- Tjiptono, F. (2014). *Service, Quality & Satisfaction* (Edisi 3). Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2018). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi.
- Tribunnews.com. (2022). *Azarine Hydrasoothe Sunscreen Gel SPF 45 PA++++ : Juarnya Local Sunscreen - Tribunnews.com Mobile*. <https://m.tribunnews.com/lifestyle/2022/01/20/azarine-hydrasoothe-sunscreen-gel-spf-45-pa-juarnya-local-sunscreen>
- Tuten, T. L. (2021). *Social Media Marketing* (M. Waters (ed.)). Sage.
- Yuswohady. (2021). Industry Megashifts 2021 After Pandemic. In A. Rachmanaiar, F. Fatahillah, G. Brillian, & I. Hanifah (Eds.), *Indonesia Industry Outlook 2021 Conference* (p. 450).
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi* (Hamdan (ed.)). Forum Pemuda Aswaja.
- Zuraidah, Z., & Putri, A. N. Y. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKIN CARE (Studi Pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Cabang Kediri). *ISTITHMAR: Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 4(2). <https://doi.org/10.30762/ITR.V4I2.2673>