

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardiani, D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Lipstik Wardah (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta). Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Assauri, S. (2013). Manajemen Pemasaran. Rajawali Pers.
- Buchary, H. A. dan D., & Saladin. (2016). Manajemen pemasaran (Ringkasan praktis, teori, aplikasi & tanya jawab). Lindakarya.
- Cahyani, N. S., Lopian, S. L., & Tumiwa, J. (2017). The Effect Of Brand Image, Perceived Price, And Perceived Quality On Consumers' Purchase Decision Of Pond's Skin Care Product. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2).
- Compas.co.id. (2021). Top 5 Brand Perawatan Wajah di E-commerce Indonesia dengan Penjualan di atas Rp 10 Miliar.
- Firmansyah, A. (2018). Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). Deepublish Publisher.
- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). Qiara Media.
- Ghozali. (2014). Structural Equation Modeling Method & Partial Least Square (PLS). Universitas Diponegoro.
- Haryadi, A. R., Gunaningrat, R., & Suyatno, A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kecantikan Somethinc. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (BISMAK)*, 2(2), 8–17.
- Indrasari, D. M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. In Vaitomo Press. Unitomo Press.
- Investor.id. (2022). Gandeng Cosmax, Catur Sentosa (CSAP) Perkuat Pasar Perawatan Kulit. *Indopremier*.

- Josephine, C. I. (2022). Pengaruh E-Wom, Brand Trust, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc. Universitas Tarumanagara.
- Karoline, S. (2022). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk Somethinc pada era pandemi covid-19. Sanata Dharma University.
- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. (2021). Tingkatkan Daya Saing IKM Kosmetik, Kemenperin Gencarkan Restrukturisasi Mesin dan Peralatan. <https://kemenperin.go.id/artikel/22550/Tingkatkan-Daya-Saing-IKM-Kosmetik,-Kemenperin-Gencarkan-Restrukturisasi-Mesin-dan-Peralatan>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Edition)*. Pearson Education.
- Kotler, P. Armstrong, G. Harris, L. . (2020). *Principles of Marketing (Eight European)*. Pearson.
- Kotler, Philip dan Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing (18th ed.)*. Pearson.
- Kurniawati. (2020). Analysis Of The Influence Of Word Of Mouth and Brand Image On The Decision To Purchase Cosmetics Make Over Products In Semarang. *Economics, Management and Sustainability*, 5, 138–148.
- Laksana, F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Khalifah Mediatama.
- Lubis, N. C., & Ariyanti, M. (2020). Effect of celebrity endorsement, EWOM and brand image on purchase decision of Nature Republic products in Indonesia. In *Managing Learning Organization in Industry 4.0* (pp. 22–26). Routledge.
- Mecadinisa, N. (2021). Melihat Perkembangan Industri Kosmetik di Indonesia Pasca Covid-19. Fimela.Com.
- Milenia, E. N. J. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skin Care dan Bodycare Merek Lokal (Survei pada Konsumen Scarlett Whitening dan Somethinc Di Daerah Istimewa Yogyakarta). Universitas Pembangunan Nasional" Veteran" Yogyakarta.
- Noor. (2014). *Analisis Data Penelitian*. Grasindo.
- Pradika, N. D., & Setiawan, M. B. (2022). Pengaruh Celebrity Endorsement, Kualitas

- Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow (di Toko Asa Beauty Ms Glow Semarang. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(1), 861–871.
- Priansa, D, J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. CV Pustaka Pelita.
- Rahmani, R. G., Bursan, R., Mahrinasari, M. S., & Wiryawan, D. (2022). Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Somethinc by Irene Ursula). *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10, 431-438.
- Safika, E., & Raflah, W. J. (2021). The Influence of Brand Image, Brand Ambassador and Price on Purchasing Decisions for Scarlett Whitening Product in Riau. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis Seri Manajemen, Investasi Dan Kewirausahaan*, 1(1), 8–13.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*. Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian.
- Sudaryono. (2014). *Budaya dan Perilaku Organisasi*. Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sukmawati, D. A. R., Mathori, M., & Marzuki, A. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc:(Studi pada Konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia Widya Wiwaha*, 2(2), 579-599.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & satisfaction*.
- Warnandi & Triyono. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Wibowo, Y., & Arsyelan, F. (2021). Marketing Mix Strategy Analysis Of Wardah Product Purchase Decisions (Case Study In Pekanbaru). *International Journal of Business and Information*, 2(1).
- Wulandari, R. P. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Influencer dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Somethinc di Jabodetabek. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Yuana, L. (2022). Industri Kosmetika Indonesia Siap Tembus Pasar Global Lewat Beauty Expo 2022. *Timesindonesia*.

Yunita, H. S. (2018). Pengaruh Label Halal, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah (Studi Pada RW 10 Kelurahan Pengasinan Kota Depok). Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.