

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, D., & Oktavia, D. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pt.Paberik Tekstil Kasrie). *JOURNAL SCIENTIFIC OF MANDALIKA (JSM)* e-ISSN 2745-5955 | p-ISSN 2809-0543, 3(6), 542–547. <https://doi.org/10.36312/10.36312/vol3iss6pp542-547>
- Anugrah, L. (2023). *Pengaruh Kualitas Poduk Dn Harga Dimediasi Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Di Shopee Pada Konsumen Merk The Originote Di Surabaya*. 2022.
- Aprelyani, S., & Ali, H. (2024). *Pengaruh Harga , Kualitas Produk dan Minat Beli Produk Skincare Somethinc Terhadap Keputusan Pembelian di E- Commerce Shopee pada Generasi Z*. 2(3), 163–173.
- Asiva Noor Rachmayani. (2020). *Manajemen Pemasaran Konsep, Pengembangan, dan Aplikasi*. CV. Noah Aletheia.
- Audia, D. S., Jayawinangun, R., & Ferdinan, F. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Pembelian Produk Aidi.Id (Studi Pada Followers Instagram Aidi.Id). *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 3(1), 76–95. <https://doi.org/10.33751/jpsik.v3i1.1012>
- Charis, J. C., Rotty, G. V., Wiraputra, A. L., & Parani, R. (2023). Kekuatan Pemasaran Digital: Analisis Dampak Iklan, Celebrity Endorsement, Dan Influencer Marketing Terhadap Niat Beli Konsumen. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(3), 709–714. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1217>
- Creswell, J., & Creswell, J. (2018). RESEARCH DESIGN Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches. In *Writing Center Talk over Time*. <https://doi.org/10.4324/9780429469237-3>
- Edhy, A. (2025). *Skincare Pria Indonesia: Tren Baru Gaya Hidup Modern Di Era Baru*. Marcomm. https://mix.co.id/marcomm/news-trend/revolusi-skincare-pria-indonesia/?utm_source=chatgpt.com
- Farida, F., & Wiryani, E. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Serum Scarlett Whitening. *Management and Accounting Expose*, 6(1), 10–19. <https://doi.org/10.36441/mae.v6i1.1153>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goeliling, A., Devi, N. N., Goeliling, A., Sahabuddin, R., Arimbawa, A. P., Rahman, F. A., Muhammad, A. F., Makassar, U. N., Sahid, P., Tinggi, S., Ekonomi, I., Dharma, T., & Makassar, N. (2023). Pengaruh Harga Dan

- Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific. *Seminar Nasional Teknologi Dan Multidisiplin Ilmu (SEMNASTEKMU)*, 3(2), 49–61. <https://doi.org/10.51903/semnastekmu.v3i2.225>
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Insania.
- Indrasari, D. M. (2019). *pemasaran & kepuasan pelanggan*. unitomo press.
- Jaya, M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Quadrant Yogyakarta.
- Kholifah, F. (2023). Pengaruh Social Media, Celebrity Endorsement Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Score: Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran*, 01(01), 11–20. <https://jurnal.lenteranusa.id/index.php/score/article/view/65>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016a). *Principles of marketing*. Harlow, Essex Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016b). *prinsip-prinsip pemasaran*. ERLANGGA.
- MUALLIF. (2024). *Pengertian Harga dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Universitas Islam An Nur Lampung. https://an-nur.ac.id/pengertian-harga-dan-faktor-faktor-yang-mempengaruhinya/#Faktor-Faktor_yang_Mempengaruhi_Harga
- Mubarok, D. A. A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Mahasiswa Kelas Reguler Sore STIE INABA Bandung). *Jurnal Indonesia Membangun*, 3(1), 61–76.
- Nisa, D. F. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsement dan Digital Marketing UMKMProduk TarsusuTart Tuns terhadap Minat Beli Generasi Z di Kota Pontianak. *MBIC*, 1–3. <https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom090039>
- Nusantara PGRI Kediri, U. (2023). *Sejarah Unp Kediri*. <https://unpkediri>
- Oktavini, N., & Handayani, R. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Pada E-Commerce Shopee*. 3(1), 36–46.
- Putri, G. A. (2023). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Somethinc di Kota Bekasi*. 1(3).
- Rahmadani, D., & Eka Febriansah, R. (2024). Pengaruh Content Marketing, Celebrity Endorsement, dan e-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Shopee (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo). *Jurnal Arsip UMSIDA*, 1–13.
- Sinaga, S. M., & Rochdianingrum, W. A. (2024). Pengaruh Live Streaming, Online Customer Review, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare di Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(4), 1–19.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. CV Alfabeta.
- Sugiyono, P. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (M. Dr. Ir. Sutopo, S.Pd (ed.); Edisi 2)*. ALFABETA, cv.
- Sujarweni, V. W. (2015). Metodologi penelitian Bisnis dan Ekonomi, 33. yogyakarta: pustaka baru press. *Pustaka Baru Press*.
- Tjiptono, F. (2015a). *Strategi Pemasaran*. Andi Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2015b). *strategi pemasaran edisi 4*. CV. Andi Offset (Penerbit ANDI), Yogyakarta.