

DAFTAR PUSTAKA

- Agustianti, R., Pandriadi, Nussifera, L., Wahyudi, L., Angelianawati, Meliana, I., Alfiani, E., Nurlaila, Q., & Nicholas Simarmata. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (N. Mayasari & N. P. Gatriyani (Eds.)). Tohar Media.
- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco Di Cv Indosanjaya Kota Bandung. *Journal Of Management & Business*, 6(1), 492–503.
- Aulia, T., Ahluwalia, L., & Puji, K. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Bandar Lampung. *Smart : Strategy Of Management And Accounting Trought Research And Technology*, 2.
- Baihaqi, B. (2023). *Mampu Torehkan Transaksi Gemilang, The Originote Raih Penghargaan Brand Choice Award 2023*. <https://www.neraca.co.id/article/180378/mampu-torehkan-transaksi-gemilang-the-originote-raih-penghargaan-brand-choice-award-2023>
- Bismo, A., Sylvia, & Wensin Halim. (2022). Pengaruh Key Opinion Leader Terhadap Customer Engagement Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening Pada Jockey Indonesia. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 8.
- Budiarti, L., & Rena Feri Wijayanti. (2024). Perilaku Variety Seeking Generasi Z Serta Dampaknya Terhadap Brand Switching. *J-Macc : Journal Of Management And Accounting*, 7. <https://doi.org/10.52166/j-macc.v7i1.5678>
- Codingstudio.Id. (2024). *Apa Itu Kol Marketing? Pengertian, Manfaat, Jenis Dan Contohnya*. Codingstudio.Id. <https://codingstudio.id/blog/kol-marketing-adalah/>
- Des Derivanti, M.I.Kom, A., Wahidin, D. W., & Mutiarani Warouw, D. (2022). Studi Fenomenologi: Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Skincare Melalui Media Platform Digital Di Era Covid-19. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(9), 1617–1628. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i9.204>
- Dwi, D. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Diskon, Dan Keputusan Pembelian Online Maharani Prima Skin Care Di Blitar. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2.
- Edwin Zusrony. (2021). *Perilaku Konsumen Di Era Modern* (Robby Andika Kusumajaya (Ed.)). Yayasan Prima Agus Teknik.
- Erdawati, Endarwita, & Widiyari, R. (2023). The Influence Of Electronic Word Of Mouth (E-Wom) And Product Quality On Skincare Purchase Decisions (Case Study Of Generation Y In Lubuk Sikaping). *Journal Of Social And Economics Research*, 5.
- Ermavianti, D., Sulistyorini, W., & Susilowati, A. (N.D.). *Perawatan Wajah, Badan (Body Massage), Dan Waxing Smk/Mak Kelas Xii: Bidang Keahlian Pariwisata, Program Keahlian Tata Kecantikan, Kompetensi Keahlian Tata Kecantikan Kulit Dan Rambut*. Andi.

- Fachril, F. (2023). Peran Word Of Mouth dan Influencer dalam Key Opinion Leader pada E-Commerce TikTok Shop terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z (Studi Kasus Mahasiswa Di Universitas Yapis Papua). *Reliability Journal Ilmu Manajemen*.
- Faradita, P. A., & Widjajanti, K. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21.
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Glow Mates. (2023). *Review The Originote Hyalucera Moisturizer: Pelembab Wajah Dengan Kandungan Hyaluronic Acid, Ceramide, Dan Chlorelina*. Glowmates.Co. <https://Glowmates.Co/Blogs/Skincare-Product-Review/Review-The-Originote-Hyalucera-Moisturizer-Pelembab-Wajah-Dengan-Kandungan-Hyaluronic-Acid-Ceramide-Dan-Chlorelina>
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Sosial Media Marketing*. Pt. Inovasi Pratama Internasional.
- Hair, J. F., Babin, B. J., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th Ed.). Cengage.
- Hastuti, M. A. S. W., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pemilihan Tempat Kos Mahasiswa Di Tulungagung). *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 8.
- Hestiana, Muchtar, & Junaeda. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *Akuntabel: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 20.
- Hidayat, A. (2024). *Pengertian Dan Penjelasan Uji Autokorelasi Durbin Watson*. Statistikian.Com. <https://Www.Statistikian.Com/2017/01/Uji-Autokorelasi-Durbin-Watson-Spss.Html>
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb)*, 4.
- Kartajaya, H., Setiawan, I., & Kloter, P. (2021). *Marketing 5.0: Technology For Humanity*.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Harris, L. C. (2017). *Principles Of Marketing*.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.
- Manggala, N. W. (2022). *Pengaruh Digital Message Exposure Key Opinion Leaders Dan Perceived Quality Terhadap Brand Image Pada Prop Noodlebar Surabaya (Chinese Cuisine)*. Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya.
- Marisa, O. (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.
- Montolalu, N. A., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening Pada Platform Digital. *Jurnal Emba*, 2(4), 272–275.

- Musaharun, I., Kuwado, F. J., & Rudi, A. (2022). *Menilik Gaya Gen Z Berbelanja*. <https://jeo.kompas.com/menilik-gaya-gen-z-berbelanja>
- Nandy. (2022). *Kol: Pengertian, Jenis, Manfaat, Dan Perbedaannya Dengan Influencer*. Gramedia.Com. <https://www.gramedia.com/literasi/kol-adalah/>
- Ni'mah, N. N. I., & Saputro, E. P. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Skincare Skintific. *Publikasi Ilmiah*, 19. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/109479>
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (2023). Literature Review: Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk Dan Harga Kompetitif. *Management Studies And Entrepreneurship Journal (Msej)*, 4.
- Nurhayati. (2023). *Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen*.
- Nurmawati. (2018). *Perilaku Konsumen Dan Keputusan Pembelian* (Amirullah (Ed.)). Media Nusa Creative.
- Pratiwi, C. S., & Sidi, A. P. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Body Whitening*.
- Rahmahyanti, R. N., & Andriana, A. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (Ekuitas)*, 4.
- Rachman, T., Ritonga, H. M., Fikri, M., Siregar, N., Agustin, R. R., & Hidayat, R. (2018). *Manajemen Pemasaran* (I. A. C. International (Ed.); 6th Ed.).
- Rangan, M. C., Wenas, R. S., & Lintong, D. C. A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Ms Glow Skincare Di Kota Tomohon. *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 284. <https://doi.org/10.35794/Emba.V10i3.41948>
- Riadi, M. (2020). *Kualitas Produk (Pengertian, Manfaat, Dimensi, Perspektif Dan Tingkatan)*. <https://www.kajianpustaka.com/2020/02/kualitas-produk-pengertian-manfaat-dimensi-perspektif-dan-tingkatan.html?M=1>
- Robi'ah, D. W., & Nopiana, M. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin. *Yume : Journal Of Management*, 5(1), 433–441. <https://doi.org/10.37531/Yume.Vxix.235>
- Robiah, D. W., & Nopiana, M. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin. *Yume : Journal Of Management*, 5.
- Sari, T. P. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare The Originote. *Jammi-Jurnal Akuntansi Ummi*, 4(1), 24–35.
- Shadrina, R. N., & Sulistyanto, Y. (2022). Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer, Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Pengguna Instagram Dan Tiktok Di Kota Magelang). *Diponegoro Journal Of Management*, 11, 1.
- Sinaga, R. P. Y. B., & Hutapea, J. Y. (2022). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga,

- Dan Review Product Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Wardah Pada Mahasiswa Unai. *Jurnal Intelektiva*, 3(8), 12–25.
- Statistik, B. P. (2020). *Jumlah Penduduk Menurut Wilayah, Kelompok Umur, Dan Jenis Kelamin, Indonesia, Tahun 2020*.
- Stillman, D., & Stillman, J. (2017). *How The Next Generation Is Transforming The Workplace*.
- Sulistiyawati, B. S., Istiqomah, F. N., Mustofa, H., Diski, K. M., Sukma, N. M. V., & Rahadhin, M. D. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Kasus Konsumen Wardah Cosmetics Surakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6.
- Sukmawati, A., & Gischa, S. (2023). *Pengertian Harga Menurut Ahli: Tujuan, Jenis Dan Contohnya*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/skola/read/2023/03/16/060000469/pengertian-harga-menurut-ahli-tujuan-jenis-dan-contohnya>
- Sumargo, B. (2020). *Teknik Sampling*. Unj Press.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip Dan Penerapan*.
- Tonce, Y., & Rangga, Y. D. (2021). *Minat Dan Keputusan Pembelian : Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk (Konsep Dan Studi Kasus)*. Penerbit Adab.
- Usman, H., & Akbar, P. S. (2020). *Pengantar Statistika Edisi 3*. Sinar Grafika.
- Utami, I. W. (2017). *Perilaku Konsumen Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. Cv Pustaka Bengawan.
- Venda, C. (2022). *Berbagai Manfaat Skincare, Gen Z Lebih Menyukai Produk Dengan Efek Mencerahkan*. Hypeabis.Id. <https://hypeabis.id/read/20114/berbagai-manfaat-skincare-gen-z-lebih-menyukai-produk-dengan-efek-mencerahkan>
- Widjaja, W., Syahril, L. M., Sudi, M., & Hamidah, E. (2023). Pelatihan Strategi Komunikasi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Brand Awareness Di Umkm. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1.
- Widyadhana, A. J. (2023). Analisis Pengaruh Makro Influencer Dan Mikro Influencer Dalam Kol (Key Opinion Leader) Marketing Terhadap Brand Awareness Skintific . *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 2(4), 62–75. [File:///Users/Onny/Downloads/Inisiatif+Vol+2+No+4+Oktober+2023+Hal+62-75..Pdf](file:///Users/Onny/Downloads/Inisiatif+Vol+2+No+4+Oktober+2023+Hal+62-75..Pdf)
- Yenni Arfah. (2022). *Keputusan Pembelian Produk* (B. Nasution (Ed.)). Pt Inovasi Pratama Internasional.