

DAFTAR PUSTAKA

- Abimanyu, R., & Hermana, C. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Cashback Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Januari, 2023*(1), 398–408. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7545920>
- Afifah, N. (2019). The Influence Of Beauty Vlogger's Content On The Purchase Intentions Of Local Brands In Indonesia. *GATR Journal Of Management And Marketing Review, 4*(4), 254–259. [https://doi.org/10.35609/jmmr.2019.4.4\(4\)](https://doi.org/10.35609/jmmr.2019.4.4(4))
- Ahdiat, A. (2022). *Mayoritas Warga RI Cari Informasi Di Media Sosial*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2022/09/07/mayoritas-warga-ri-cari-informasi-di-media-sosial>
- Aidha, N. N. (2020). *Mengenal Istilah Cosmeceutical, Nutricosmetics, Dan Nutraceuticals*. Balai Besar Kimia Dan Kemasan. <https://bbkk.kemenperin.go.id/page/bacaartikel.php>
- Alda Octavia, & Sri Nawangsari. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Keragaman Produk Dan Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Make Over (Studi Kasus Pada Konsumen Wanita Di Jabodetabek). *Agustus, 3*(2), 153–166.
- Alma. (2017). *Pengantar Bisnis* (Edisi 13.). Alfabeta.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. CV. Budi Utama.
- Azizah, A. N., & Maskur, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Toko Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Ikan Asin Di Kabupaten Rembang). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, 7*(1), 68–79. <https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/1336/704>
- Compas. (2021). *Official Instagram*. <https://www.instagram.com/p/Ctccgy1fts9/?igsh=Czrvdgfhmzzvoddk>
- Dzulkharnain, E. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Inovasi Daerah, 1*(2), 69–80. <https://doi.org/10.56655/jid.v1i1.6>
- Eliza, R., Sinaga, M., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada Pengguna Kosmetik Maybelline Di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol, 63*(1), 187–196. www.pixability.com
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. CV Budi

Utama.

- Fitriah, F., Yuliani, I., & Parlina, T. (2023). Pengaruh Beauty Vlogger, Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlett Whitening Pada Masyarakat Di Kalimantan Timur. *Borneo Islamic Finance And Economics Journal*, 3(1), 68–76. <https://doi.org/10.21093/Bifej.V3i1.6964>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunantha, I., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Ms. Glow Beauty (Studi Pada Konsumen Ms. Glow Beauty Di Kota Semarang. *SEIKO Jurnal Of Manajement And Business*, 3(3), 649. <https://doi.org/10.37531/Sejaman.V5i2.2087>
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Hasanah, A., Setyowati, T., & Nursaidah, N. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow Di Kabupaten Jember. *Growth*, 21(1), 12. <https://doi.org/10.36841/Growth-Journal.V20i1.2021>
- Hasibuan, L. (2022). *Industri Kecantikan Tahan Krisis, Laris Manis Meski Pandemi*. CNBC. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20221104104902-33-385138/Industri-Kecantikan-Tahan-Krisis-Laris-Manis-Meski-Pandemi/Amp>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Iprice. (2023). *Katalog Harga Makeup Di Indonesia*. <https://iprice.co.id/>
- Kawilarang, C. G., Tumbuan, W. J. F. ., & Loindong, S. S. . (2022). Analisis Pengaruh Celebirty Endorsement, Beauty Vlogger Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Lokal Somethinc. *Jurnal EMBA*, 10(4), 770–779.
- Keloay, G., Rumawas, W., & Asaloei, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh Wenang Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 26. <https://doi.org/10.35797/Jab.8.2.2019.23511.26-33>
- Kemp, S. (2022). *Digital 2022: Indonesia*. Datareportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Marketing An Introduction* (10 Edition). Perason.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 13 J). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Perason Pretice Hall.
- Kristyani, F. L. S. P., & Jatmiko. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luxcrime. *Jurnal*

- Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(8), 187–198.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.7885200>
- Lestari, M. A., & Mahmud, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pixy Di Pt Mandom Indonesia Tbk. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(2), 41–52.
- Luxcrime. (2023). *Official Shopee Luxcrime Official Shop*. <https://id.shp.ee/hexycpy>
- Luxcrime. (2023). *Official Website Luxcrime*. <https://luxcrime.com/>
- Maryati, & Khoiri.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Masruroh, R., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Beauty Vlogger Review Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Kosmetik Maybelline Di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(1), 716–722.
- Meutia. (2020). *Manajemen Pemasaran : UMKM Dan Digital Sosial Media*. Deepublish.
- Mo, Z., Li, Y., & Fan, P. (2015). Effect Of Online Review On Customer Purchase Behavior. *Journal Of Service And Management*, 8(3), 419–424.
- Nisa, K., & Soebiantoro, U. (2023). Beauty Vlogger Review, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lipstick Viva (Studi Kasus Pada Konsumen Kosmetik Viva Di Surabaya). *Jurnal E-Bis*, 7(2), 705–716.
<https://doi.org/10.37339/E-Bis.V7i2.1358>
- Nurasmi, & Andriana Ana, N. (2024). Pengaruh Peran Beauty Vlogger, Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific Di Samarinda. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4901–4920.
<http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Pahlevi, R. (2022). *Brand Lokal Kkosmetik Paling Banyak Digunakan*. Databoks.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2018). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Salemba Empat.
- Petruzzi, D. (2023). *Growth Of The Beauty & Personal Care Market In Indonesia*. Statista. <https://www.statista.com/>
- Putra, E. (2021). Pengaruh Beauty Vlogger Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Kinali. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 05(02), 1253–1263.
- Ramadhani, F. (2022). *Data Penjualan Kosmetik Wajah Terlaris Di Shopee Dan Tokopedia*. Kompas.Co.Id. <https://kompas.co.id/article/>
- Romanisyah, D., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Online Customer Review Dan Promo Gratis Ongkir Kirim Terhadap Keputusan Pembelian

- Pengguna Shopee. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(7), 3174–3180.
- Saktiana, N., & Miftahuddin, M. A. (2021). Pengaruh Sikap Konsumen, Persepsi Harga Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal (Studi Pada Konsumen Pengguna Kosmetik Berlabel Halal Di Purwokerto). *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 1(1), 45. <https://doi.org/10.30595/Jmbt.V1i1.10405>
- Sari, D. C., Wardhana, A., Darwin, M., Sulaiman, E., Rahmawan, G., Hastutik, S., Hendra, P., & Sangadji, S. S. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2018). *Perilaku Kosumen* (Edisi 7). PT. Indeks Gramedia.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar : Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. CV. Andi Offset.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Swastha, D. B., & Handoko, H. (2016). *Manajemen Pemasaran Dan Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE.
- Terate, A. H. P., & Nurhadi. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pond's Flawless White Pada Yuri Kosmetik Pasar Atom Surabaya. *SEIKO : Journal Of Management & Business*, 6(1), 458–466. <https://doi.org/10.37531/Sejaman.Vxix.457>
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Kepuasan Pelanggan : Konsep, Pengukuran, Dan Strategi*. CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. CV. Andi Offset.
- Ummat, R., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(6), 2279–2291.
- Valentin, I., & Nalurita, S. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over Di Media Sosial (Instagram Dan Youtube). *JIMEN Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(2), 169–179.
- Wandini, A. S., Askolani, & Pauzy, D. M. (2023). The Effect Beauty Vlogger And Lifestyle On Cosmetic Purchase Decision On E-Commerce Shopee (Survey Of University Of Perjuangan Tasikmalaya Female Students) Pengaruh Beauty Vlogger Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pada E-Commerce Shopee. *Journal Of Indonesian Management*, 3(3), 503–516.
- Widodo, W. D. P. S., & Mawardi, M. K. (2017). Pengaruh Beauty Vlogger Terhadap Source Characteristics Serta Dampaknya Terhadap Purchase Intention. *Jurnal*

Administrasi Bisnis (JAB)|Vol, 47(1), 63–69.
[Http://Administrasibisnis.Studentjournal.Ub.Ac.Id/Index.Php/Jab/Article/View/1817](http://Administrasibisnis.Studentjournal.Ub.Ac.Id/Index.Php/Jab/Article/View/1817).

Yulianti, F., Lamsah, P., & Periyadi, P. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.