

DAFTAR PUSTAKA

- Abid Muhtarom, Muhamad Imam Syairozi, R. D. R. (2022). Analisis Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 16(1), 36–47.
- Achmad Irsyandi, Feti Fatimah, N. (2024). Analisis Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk (Studi Kasus pada Larissa Skincare Jember). *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting. Universitas Muhammadiyah Jember*, 5(2), 633–650.
- Afifa Nur Rahma, Vera Firdaus, D. K. S. (2024). *The influence of brand ambassador, brand image, and price on purchase decisions on skincare product consumer scarlett whitening in sidoarjo city. Journal of Economic, Business and Accounting*, 7, 3275–3292.
- Alfira Lianita, R. W. K. W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen GoFood (Studi Pada Mahasiswa Angkatan 2019 Konsentrasi Pemasaran Prodi Manajemen Universitas Pelita Bangsa). *Jurnal Manajemen*, 13(1), 15–24.
- Alfredo Dwitama Soenawan, E. S. M. (2015). Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D ' Stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya. *Program Manajemen Perhotelan, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra*, 395–409.
- Alief Amanullah Fairuz, Rois Arifin, A. R. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Showroom Ud. Hikmah Motor Group Malang) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang. *..E – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang, Vol. 09*, 15–31.
- Andi Fitriani Djollong. (2014). Tehnik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif (*Technique Of Quantitative Research*). *Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Parepare, II(September)*, 86–100.
- Dedhy Pradana, Syarifah Hidayah, R. (2019). Marketing Strategy Analysis Kopi Arabika Specialty (Studi Kasus Pada Cv Frinsa Agrolestari). *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 5(1), 16–23. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v5i1.1324>
- Dian Novita, Lin Suciani Astuti, F. A. P. L. (2020). Pengaruh Promosi Menggunakan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Be Glow Skincare. *Seminar Nasional Riset Dan Teknologi (SEMNAS RISTEK) 2020*, 161–165.
- Dr. Sandu Siyoto, A. S. (2015). *Dasar Metologi Penelitian*. 1–128.

- Efendi, F. B., & Aminah, S. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific (Studi pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 762. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1055>
- Erica Bella Oktavia, Feti Fatimah, I. P. (2022). Pengaruh Harga, Brand Ambassador, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening Indonesia Di Tokopedia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis GROWTH*, 20(2), 361. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v20i2.2108>
- Evan Saktiendi, Septi Herawati, Lince Afri Yenny, A. W. A. (2022). *Pengaruh Viral Marketing , Promosi , dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow di Bumi Indah Kabupaten Tangerang*. 1(2), 197–210.
- Fadilah Adheyanti Arifin Putri, Nur Hidayati, T. A. (2023). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen FEB UNISMA Angkatan 2020). *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 12(01), 510–518.
- Faroh, W. N. (2017). Analisa pengaruh harga, promosi, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian (Studi Pemasaran Online Melalui Jejaring Sosial Facebook “Perawatan Wajah”). *Journal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 4(2), 3–24.
- Fatmala, A. (2022). Pengaruh Review Produk Dan Iklan Sebagai Media Pemasaran Terhadap Minat Konsumen Pada Scarlet Whitening. *Jurnal Gemah Ripah. Jurnal Bisnis. Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*, 2(1), 1–18.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Desrtasi Ilmu Manajemen*.
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>
- Fitri, N., Rachma, N., & Normaladewi, A. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Skincare Whitelab (Studi Kasus Pada Mahasiswi Prodi Manajemen FEB Universitas Islam Malang). *Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 221–232.
- Gunawan, G. L. C. (2020). Bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis. Fakultas Manajemen Bisnis. Universitas Ciputra*, 5, 167–175.
- Haslindah, A., Suharni, Nadiya, N. mujahidah, & Sanpratiwi. (2022). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Jenis Skincare Berdasarkan Jenis Kulit

- Wajah Menggunakan Metode Weighted Product (WP). *Jurnal Teknologi Dan Komputer (JTEK)*, 2(02), 196–201. <https://doi.org/10.56923/jtek.v2i02.98>
- Heri Diyan Kurniawan. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Jasa Jne Jl. Glagahsari No. 62 Yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara. Alumni Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa*, 1(4), 1–26.
- Hermawati, A. (2023). Pengaruh Penanganan Keluhan , Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan terhadap Loyalitas (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajeen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 1(1), 14–28. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jmpd.v1i1>
- Iroh Magfiroh, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Skincare (produk serum) di PT. AVO Innovation Technology (Avoskin) (Survey pada Mahasiswa FEB UPI YAI). *Jurnal Ikraith-Ekonomika. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Persada Indonesia Y.A.I*, 5(3), 215–224.
- Jumeneng Mariska, Melan Rosmayanti, C. 123. (2023). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Harga Produk Body Lotion Scarlett Whitening Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima. FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS PRIMA INDONESIA, Vol. 4 No.*, 47–60.
- Khotimah, K., & Nurtantiono, A. (2021). Pengaruh Produk, Persepsi Harga, Promosi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Solo Raya. *Creative Research Management Journal. STIE Surakarta*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.32663/crmj.v4i1.1827>
- Khumaeroh, F. A., Yanusa, N., Yulianto, A., Riono, S. B., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus di Toko Kosmetik Levina Beauty Brebes). *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(4), 1–14.
- Lailatus Shafira Ramadani. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kabupaten Sukoharjo). *Surakarta: UIN Raden Mas Said*, 1–71.
- Levina Fidelia, Kezia Kathalien, C. A. (2024). Penggunaan Idol K-Pop Sebagai Brand Ambassador Produk Skincare Lokal. *Jurnal Cendekia Ilmiah Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Indonesia*, 3(3), 710–716.
- Ma'ruf Hidayat, Ni Wayan Eka Mitriani, I. G. A. I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Alfamart di Jalan Tangkuban Perahu, Kerobokan Badung. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Mahasaraswati Denpasar*, 1(4), 67–78. <http://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/1229>

- Manengal, C. D. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cv. Esa Genangku (ESACOM) MANADO ¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado. 3(3), 1254–1264.
- Mantara, M. A., & Yulianthini, N. N. (2022). Faktor-Faktor Yang Menentukan Keputusan Pembelian Secara Online Dibukalapak Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 168–177.
- Maryam Batubar , Purnama Ramadani Silalahi , Sri Aderafika Sani, Rima Rizki Syahputri, V. L. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Scarlett Whitening: Studi Kasus pada Mahasiswi FEBI UIN Sumatera Utara. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah. Universitas Islam Negeri Sumatra Utara*, 4(5), 1327–1342. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.931>
- Montolalu, N. A., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital. *Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi*, 2(4), 272–275.
- Mukhammad Teguh Afwan, S. B. S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel InterveninG(Studi Pada Konsumen Mebel Madina di Kota Banjarnegara). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 8, 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.
- Panjaitan, I. (2016). Pengaruh Pelayanan Dan Harga Pada Go-Jek Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Minat Sebagai Variabel Moderating (Study Kasus Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta). *Media Studi Ekonomi. Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*, 19(2), 43–55.
- Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>
- Rantung, K. R. T., Silvy L Mandey, & Ferdy Roring, SE, M. (2022). Pengaruh E-Wom Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Berkunjung Konsumen Pada Onairlook Barbershop Manado Di-Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado*, 10(1), 1767–1776.
- Rosica, S. A. D., & Wibowo, A. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk

- Kecantikan (Studi Pada Pelanggan London Beauty Center (Lbc) Di Kota Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (Jmbi)*, 5(3), 238–245.
- Ryan Cooper Tauer. (2019). Pengaruh Atribut Produk dan Harga Terhadap Perilaku Pelanggan Pasca Pembelian. *Universitas Bina Sarana Informatika*, 12–26.
- Sendy Rahmat Fahrev, B. S. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee.Co.Id. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen e-ISSN : 2461-0593*.
- Sidanti, H. (2022a). Analisis Pengaruh Promosi Dan Harga Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bangunan Di Kecamatan Balerejo Kabupaten Madiun. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA) 4 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Madiun*, 3(2), 1–20.
- Sidanti, H. (2022b). Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Susu Segar Di Super Milk Magetan (Studi Pada SuperMilk Magetan Kecamatan Barat). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA) 4 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Madiun, September*, 1–17.
- Sinta Fatonah Larasati¹, Unna Ria Safitri, L. P. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi Kasus Pada Keputusan Pembelian Produk WARDAH Kosmetik di Toko Eviaa Kosmetik Kartasura). *Ekobis: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi. Fakultas Ekonomi, Universitas Boyolali*, 9(2), 184–193.
- Suri Amilia, M. O. A. N. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan. Fakultas Ekonomi, Universitas Samudra*, 6(1), 660–669.
- Ulfa, R. (2020). Variabel penelitian dalam penelitian pendidikan. *Al-Fathonah: Jurnal Pendidikan Dan Keislaman. Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Batu Bara (STIT BB)*., 6115, 342–351. <https://doi.org/2685-6115>
- Vika Puji Astutik, B. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek , dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Ms. Glow* (Studi Kasus pada konsumen produk *Skincare MS. GLOW* di Kota Semarang). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains). Program Magister Manajemen Universitas Batanghari*, 7(2), 1065–1069. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.581>
- Vina Handayani, Y. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Luxio (Studi Kasus Pada Tunas Daihatsu Ahmad Yani Bandung). *Jurnal Sain Manajemen*, 3(2), 57–68. <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>