

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Firmansyah, Nadia Roosmalita Sari, Refky Rusyadi, & A. S. (2023). Pengaruh Pengaruh Digital Marketing, Personal Selling, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Cosmetics Di Bravo Tulungagung. *Journal of Economics and Policy Studies (JEPS)*, 4(2).
- Aisy, R. R. (2021). *Pengaruh Digital Marketing dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen @Scarlett_Whitening di Instagram)*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Alexander, Austin, and K. (2021). Keputusan Pembelian Belanja Online Dengan Produk Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Belanja Online Lazada). *Accumulated Journal*, 3(1), 1–14.
- Aprilia, H., Tantri, D., & Ermawati, E. (2023). Pengaruh Digital Marketing , Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kabupaten Lumajang. *Journal of Organization and Business Management*, 6(1), 355–363.
- Arifin, Z., Rachmad, Y. E., Wibowo, S. E., Angellia, F., Pranawukir, I., Cindrakasih, R., Efitra, Kristantini, A., Hamboer, M. J. E., & Sepriano. (2023). *Digital Marketing Saat Ini*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ariyanti, M. (2017). Pengaruh Faktor-Faktor Dalam Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 14(1).
- Astaki, N. P. D. P. P., & Purnami, N. M. (2019). Peran Word of mouth Memediasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *E-Jurnal Manajemen*, 8(9).
- Bestari, A. A. D. M. D. kayani P. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kopi. *Seiko: Journal of Management & Business*, 6(1), 458–468. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3779>
- Chakti, A. G. (2019). *The Book of Digital Marketing : Buku Pemasaran Digital*. Celebes Media Perkasa.
- Charviandi, A., Noviany, H., Suhartini, Y., Wijaya, A., Faruq, M. Al, & Abdullah. (2023). Manajemen Pemasaran (Perspektif Digital Marketing). In *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology*. Eureka Media Aksara.
- Chasanah, H. F., & Saino. (2022). The Effect Digital Content Marketing and Quallity on Purchasing Decision Through Buying Interest as Intervening Variable. *Jurnal Mantik*, 6(36), 551–559.
- Darmawan Napitupulu, Tata Sutabri, D. A. (2019). *Proceedings of The First International Conference on Global Innovation and Trends in Economy*. Paper presented at the annual meeting of the InCoGITE2019.

- Delia Citra Anggraini. (2023). *Pengaruh Beauty Influencer, Harga, Kualitas Produk dan Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Madame Gie pada Masyarakat Lumajang*. Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang.
- Devi. (2023). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Followers Instagram @Wardahbeauty Dalam Pembelian Produk Wardah*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Dhiraj Kelly Sawlani, Idris Gautama So, Asnan Furinto, & M. H. (2021). *Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan dan Kepercayaan*. Media Pustaka.
- Dikdoyo. (2022). Pengaruh Motivasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Di Wilayah Pedati Jakarta Timur. *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 7(1).
- Ekasari, R., & Mandasari, E. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Digital Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Pixy Di Kabupaten Sidoarjo. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.51804/iej.v4i1.1583>
- Ezni, B. T. (2014). *Perilaku Konsumen*. Universitas Terbuka Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan.
- Fabriane, F., Yuliati, N., & Setiawan, R. F. (2023). Promosi Melalui Media Sosial untuk Meningkatkan Pembelian Produk di Prima Freshmart Surabaya. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 978. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i1.2928>
- Famella Ayu Thantia, Rini Rahayu Kurniati, dan E. W. (2023). Pengaruh Social Media Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Serum Avoskin (Studi pada Followes Akun Tiktok @avoskinbeauty). *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, 14(1), 204–222.
- Fitria, E. R., Yuliati, N., & Laily, D. W. (2023). Minat Beli Konsumen Minuman Kopi Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Fore Coffee Tunjungan Plaza Surabaya) Analysing the Effect of Green Marketing Mix on Consumer Buying Interest in Coffee Drinks Through Brand Image As an Inter. *Agroteksos*, 33(3), 781–792.
- Fitrisyah, A., Antoni, D., & Rianawati, D. (2022). Effect Digital Marketing and Product Quality to Purchasing Decision. *Proceedings of the 3rd Asia Pacific International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 3929–3936.
- Ghaefira Nur Fatimah, Islamuddin, dan M. F. (2023). The Influence of Digital Marketing, Brand Image and Product Quality on Product Purchasing Decisions at The King MS Glow Shop in The City of Bengkulu. *Melaka International Conference on Social Science and Technology*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*

(Edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hadion Wijoyo, Yoyok Cahyono, A. A. & F. W. (2020). *Digital Economy dan Pemasaran Era New Normal*. ICM Publisher.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis Seventh Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Hair, J. ., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to Use and How to Report the Result of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1).
- Harahap, A. Z. S. & N. (2019). *Strategi Dan Teknik Penulisan Karya Tulis Ilmiah Dan Publikasi*. Deepublish Publisher.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Center for Academic Publishing Service.
- Hermawan, S. & A. (2021). *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Media Nusa Creative.
- Ibid. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial di Masyarakat. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 9(1).
- Irena, W. P. S. & L. (2019). *Komunikasi Kontemporer dan Masyarakat*. Gramedia Pustaka Utama.
- Iskandar, R. D. W. dan D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*, 3(1), 11–18.
- Kezia, R. (2023). *Pengaruh Social Media Marketing Akun Tiktok @Npureofficial Terhadap Minat Beli Followes Pada Produk Skincare Npure*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Khairunnisa, S., Budiyanti, H., Ilham, M., & Haeruddin, W. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada MS Glow (Studi Kasus pada Konsumen Distribusi MS Glow Panakukkang di Kota Makassar). *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 2(4), 110–126.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Erlangga.
- Mardjuki, Budi, Theresia Pradiani, & F. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Perceived Value Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Vio Optical Clinic Harapan. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(1), 1–23.
- Mewoh, F. M., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 35. <https://doi.org/10.35797/jab.9.1.2019.23529.35-42>

- 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.
- Nadilah, F. (2024). *Karakteristik Sediaan Hydrating Toner Wajah dari Rumput Laut (Turbinaria Conoides) dengan Penambahan Ekstrak Daun Pegagan (Centella Asiatica)*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Nugroho J. Setiadi. (2015). *Perilaku Konsumen : Edisi Revisi*. Kharisma Putra Utama.
- Onsardi, Sri Ekowati, Ade Tiara Yulinda, & M. (2022). Dampak Digital Marketing, Brand Image dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lena MS Glow Kota Bengkulu. *Creative Research Management Journal*, 5(2), 10–19.
- Permana, N. A. & B. (2023). Pengaruh Viral Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Camille Beauty. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8(3).
- Permatasari, T. I. (2022). *Analisis Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen dan Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Shopee di Surabaya*. Universitas Narotama.
- Philip Kotler, & Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management (Fourteenth)*. Pearson Education.
- Pratama Alexandra. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta Yang Membeli Produk Perawatan Skintific). *E.Prints Ums*, 1–14. <http://eprints.ums.ac.id/108771/1/naspub.pdf>
- Priambodo, Y. G. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Otak-Otak Bandeng (Studi Kasus Sari Kelapa Gresik)*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
- Pride, W. M. & O. C. F. (1995). *Pemasaran : Teori dan Praktek Sehari-hari*. Binarupa Aksara.
- Qurata Ayuni, Hafied Cangara, A. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Digital Terhadap Tingkat Penjualan Produk Kuliner Kemasan. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 23(2), 129–141.
- Rahma. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Pada Kios Buah Bapak Sunjoto Di Situbondo Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Prosiding Nasional 2022*, 1(1). <https://unars.ac.id/ojs/index.php/prosidingSDGs/article/view/2440>
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Alauddin University Press.
- Regita Cahyani, David C.E Lisapaly, & La Ode Hamida. (2022). Pengaruh Label Halal dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik

- Wardah. *SIGMA: Journal of Economic and Business*, 5(1), 20–33.
<https://doi.org/10.60009/sigmajeb.v5i1.101>
- Rumondang, A., Sudirman, A., Sitorus, S., Halim, A., Kusuma, P., Manuhutu, M., Sudarso, A., Simarmata, J., Hasdiana, D., & Arif, N. F. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Penerbit Yayasan Kita Menulis.
- Ryan, D., & Jones, C. (2012). *Understanding Digital Marketing*. Kogan Page.
- Samadi, E. V. V. L. & R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Emina (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA*, 10(3), 953–964.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7).
- Saputri, S. A., & Novitaningtyas, I. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Review Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 65–76.
- Setiyadi, I. N., Alamsyah, A. R., & Rachmawati, I. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Social Media Marketing, E-WOM, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Skincare Alzena di Kabupaten Pati. *Jurnal Manajemen*, 8(July), 122–136.
- Siregar, D. S. dan B. A. (2023). *Bisnis Digital*. CV Azka Pustaka.
- Soewito, Y. (2013). Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio. *Jurnal Ekonomi*, 1(3).
- Styawati, A. L., & Roni, M. (2023). Pengaruh Brand Image dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 7648–7656.
<http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Sugandini, D., Effendi, M. I., Istanto, Y., Arundati, R., & Rahmawati, E. D. (2019). Pemasaran Digital : Adopsi Media Sosial Pada UKM. In *Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia* (Vol. 27). Zahir Publishing.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Syauki, W. R., & Amalia Avina, D. A. (2020). Persepsi dan preferensi penggunaan skincare pada perempuan milenial dalam perspektif komunikasi pemasaran. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 4(2), 42.
<https://doi.org/10.24198/jmk.v4i2.25719>
- Syawaluddin, Joni, & Erwin. (2019). Influence of Social Media Advertising, E-Marketing and Product Quality on The Process of Purchasing Nature

- Cosmetics. *International Journal of Research in Business & Social Science*, 8(5), 316–321.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). *Keputusan Pembelian : Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen*. 5(1), 67–86.
- Tjahjono, E. J., & Ellitan, L. (2021). Product Quality and Brand Towards Customers' Satisfaction Decision Product in Surabaya. *Journal of Entrepreneurship & Business*, 2(1), 56–70.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi.
- Umar, H. (2009). *Metodologi Penelitian Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT Raja Grafindo Persada.
- Wheelock, D., & Wilson, P. (1995). Explaining bank failures: Deposit Insurance, regulation, and efficiency. *Journal of Money, Credit and Banking*, 77(4), 689–700.
- Yunus, M. (2021). *Metode dan Model Pengambilan Keputusan (The Way To Success)*. Penerbit Adab.
- Zaini, D. I. R. dan M. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Social Media Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmiah MEA*, 7(1), 520–536.
- Zuraidah, & Putri, A. N. Y. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare. *Journal of Islamic Economic Development*, 4(2), 65–98.