

DAFTAR PUSTAKA

- Niken Aprilia, Tukidi. (2021). *Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu converse di senayan city*. 6(1), 34–46.
- Astuti, S. W., Lukitaningsih, A., & Cahya, A. D. (2024). *PENGARUH PERCEIVED VALUE DAN INOVASI PRODUK*. 13(03), 845–858.
- Sondari, D., Maarif, S., Teknologi, F., & Pertanian, F. T. (n.d.). *Analisis faktor yang mempengaruhi inovasi produk nanoenkapsulasi ekstrak pegagan sebagai sediaan untuk mengatasi selulit*.
- Montolalu, N. A., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. C. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital*. *Productivity*, 2(4), 272–275.
- Putri, N. D., & Rias, P. T. (n.d.). *Faktor-faktor keputusan konsumen dalam membeli kosmetika perawatan wajah*. 1–8.
- Honestya, G., & Veri, J. (2024). *Systematic Literature Review : Pengaruh Digital Marketing Terhadap Penjualan Produk Kecantikan*. 4(1), 523–531.
- Romadlon, A., Marlien, R. A., & Widyasari, S. (2020). *PENGARUH DIGITAL MARKETING , KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP NIAT BELI (STUDI PADA AKUN INSTAGRAM KAWAII COKLAT)*. 2016, 978–979.
- Mesita, I. A. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific (Studi Pada Brand Skincare Skintific)*. 3.
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Rismayati, R. D. (2022). *Analisis Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli*. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 16(1), 36–47.
- Restiani Widjaja, Y., & Wildan. (2023). *Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor*. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.51977/sainsm.v5i1.1007>
- 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.

- Annisa, A.E. & Tias, A. I. (2022). *Pengaruh inovasi produk dan citra merek terhadap niat beli produk scarlett whitening*. 10, 233–243.
- Riza Andrian Septian, & Sita Deliyana Firmialy. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Ulasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Skintific. *Jurnal Ekuilnomi*, 5(2), 425–432. <https://doi.org/10.36985/ekuilnomi.v5i2.759>
- Utami, R. E., Welsa, H., & Hutami, L. T. H. (2024). The Influence Of Viral Marketing And Digital Marketing On Consumer Loyalty With The Decision To Purchase Skintific Products As An Intervening Variable. *ICHES : International Conference on Humanity Education and Society*, 3(1), 1–17.
- Hamidah, W., Rismansyah, R., & Kurniawan, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Kecantikan Ms Glow Di Kota Palembang. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 16(3), 675–682. <https://doi.org/10.35508/jom.v16i3.7816>
- Kipfer, B. A. (2021). Mataram. *Encyclopedic Dictionary of Archaeology*, 826–826. https://doi.org/10.1007/978-3-030-58292-0_130230
- Wulandari, A., Ratnanto, S., Nurzainul Hakimah, E., Nusantara PGRI Kediri, U., Ahmad Dahlan No, J. K., Kediri, K., Timur, J., & Artikel, I. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Harga, Dan Kualias Produk Dalam Keputusan Pembelian Produk Skintific. *Simposium Manajemen Dan Bisnis III Program Studi Manajemen - FEB UNP Kediri*, 3, 791–802.
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11–18. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i1.81>
- Gunawan, E. M., Sabanari, K. A., & Gunawan, E. M. (2024). ANALYSIS THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING AND SALES PROMOTION ON CUSTOMER PURCHASE INTENTION FOR SKINTIFIC PRODUCTS AT TIKTOK SHOP ANALISIS PENGARUH PEMASARAN DIGITAL DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT *Jurnal EMBA Vol . 12 No . 03 September 2024 , Hal. 12(03)*, 1006–1016.
- Satdiah, A., Ekonomi, F., Bina, U., & Informatika, S. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko *Cat De ' lucent Paint*. 2(1), 24–38.
- Aulia, R., Dewita, S. A., Afrina, W., & Nofirda, F. A. (2023). Analisis Strategi

Pemasaran Digital yang Efektif dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing di Industri E-commerce. 7, 31179–31184.

- Bancin, J. B. (2019). *Citra Merek dan Word Of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. Jakarta Media Publishing.
- Billy Enru A F Kalangi Olivia F C Walangitan Mikhael J. (2021). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Bengkel Planet Motor Tumpaan. Productivity*, 2(7), 561–565.
- Ghozali, I. (2018). *Analisis Multivariate Lanjutan Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan*. [5] Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. PT Elex Media Komputindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing, Seventeenth Edition*. In Pearson. [7] Miguna, A., & Nurhafifah, M. (2020). *Manajemen Pemasaran : UMKM dan Digital Sosial Media*. Deepublish.
- Pasaribu, R. F. A., Sianipar, I. L., Siagian, Y. F., & Sartika, V. (2019). *Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Soyjoy Pt. Amerta Indah Otsuka Kota Medan. Jurnal Manajemen*, 5(1), 45–52. <https://www.ejournal.lmiimedan.net/index.php/jm/article/view/52>
- Praestuti, C. (2020). *Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen pada Mama-Mama Penjual Noken di Oyehe Kabupaten Nabire. Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 21–24. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jab/article/view/28825/28140>
- Priyatno, D. (2018). *SPSS : Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa dan Umum (Giovanny (ed.); 1st ed.)*. Andi.
- Widyastuti, A., Safitry, H., Yahya, M., Saragih, N., Azhari, M. T., Kunci, K., *Harga, :, Pembelian,*
- K., Komputer, J. I., & Dan Manajemen, E. (2022). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Data Internet Telkomsel (Studi Kasus: Mahasiswa Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan)*. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(2), 2548–2564.

- Winasis, C. L. R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). *Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 452–462.
- Muhammad Irvan, Burhanudin, Fithri Setya Marwati *KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMEBLIAN ONLINE (PENGGUNA SHOPEE DI SURAKARTA)* (Fakultas Ekonomi Manajemen UNIBA Surakarta, 2022)
- Inovasi, P., Dan, P., Produk, K., Sendang, D., & Kabupaten, S. (n.d.). *No Title*. 2(October 2021), 97–111.
- Amstrong dan Kotler, 2005, *Manajemen pemasaran*, Prehalindo, Jakarta.
- Charles, Noble H.; Sinha, Rajiv K. and Kumar, Ajith. 2002., *Market Orientation and Alternative Strategic Orientations : A Longitudinal Assessment of Performance Implications*, *Journal of Marketing* vol. 66, 25-39
- Kotler, Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga. Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks,
- Jakarta. Suseno, S.B. 2004. *Analisis Faktor Faktor yang mempengaruhi Inovasi produk untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi pad Industri Kecil Kuningan di Kecamatan Juana Kabupaten Pati Jawa Tengah)*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Tamamudin, 2012, *Analisis Pengaruh Pengenalan Merek, Persepsi Kualitas, Harapan Konsumen dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Membeli dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Produk Batik Sutra Halus Merek Tamina)*. *Jurnal Penelitian* Vol. 9, No. 2, November 2012. Hal. 283-300.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi. Tjiptono, Fandy. 2010. *Strategi Pemasaran*. Edisi ketujuh. Yogyakarta : Andi.
- Rosanti, C. (2020). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Inovasi Produk Koperasi Jasa Keuangan Syariah pada KJKS BTM Se Jawa Tengah*. 6(01), 8–13.
- Vanny, G., & Tua, M. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA*

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MESIN POMPA AIR SUBMERSIBLE DAB DECKER DI CV . CITRA NAULI ELECTRICSINDO. 1(4), 140–154.

Nur Lailatul Fitriah Laila & Budiyanto. *Budiyanto Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya perkembangan perekonomian suatu negara , saat ini persaingan bisnis yang tajam menjadi maupun pasar luar negeri untuk mendapatkan posisi atau kedudukan keberhasilan tergilas perkembangan arus globalisasi dunia . Perusahaan harus mampu menganalisis perusahaan yang berusaha dan berlomba-lomba mendirikan usaha yang bermacam dan mempertahankan usaha serta pelanggannya . Hal ini tentunya ditunjang dengan berbagai pada Friday kopi dalam melakukan keputusan pembelian ditunjukkan bahwa kualitas produk yang dihasilkan kurang menarik serta kurangnya inovasi dalam pengembangan kualitas produk , promosi dan kualitas pelayanan yang dilakukan . Kotler dan Amstrong pilihan yang akan memberikan keberhasilan dalam memproduksi produk tersebut . Sebab kebimbangan dalam keputusan konsumen . Maka produsen harus mampu untuk pengaruh positif yang besar terhadap Kedai Friday Kopi itu sendiri , sebab dengan keputusan pembelian yang tinggi Kedai Friday Kopi dapat mencapai apa yang diharapkan dan lebih berkembang dalam usaha bisnis , karena hal tersebut Kedai Friday Kopi akan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen 1–23.**

Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). *PENGARUH PROMOSI , KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). 3(2), 716–727.*

Nadhifa Nur Izzatun Ni'mah. (2023). *Pengaruh harga, kualitas produk dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen skincare skintific.*

Nafilatun Najah. (2023). *PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PERAWATAN KULIT SKINTIFIC (Studi Pada Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syari'ah UIN Datokarama Palu).*

Ade Lisa” *Pengaruh Harga, Citra Merek (Brand Image), Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Oppo Di Kalangan Mahasiswa Febi Uin Ar-Raniry Banda Aceh”, 2020.*

Aeni, Nur,Ekhsan Muhammad. “*Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yang Midiasi Brand Trust” Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi*

Syariah), 4.1, 2021.

Aisyah Siti, Agustiawan Agustiawan, Nurwanita Nurwanita , Fatma Fatma. " Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Vixion." *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam - JIEBI*. 2 1 , 2020.

Anggarini Yunita ,Rachmawati, Anita, Any Agus Kana. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Hijab di Nadiraa Hijab Yogyakarta." *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 1.2, 2021.

Atmogo Yugi Dwi Pandiangan, Kasman, Masiyono Masiyono, and. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2.4, 2021.

Dange, U & Kumar, D., .. *A study of factors affecting online buying behavior: A conceptual model*. Ujwala, *A Study of Factors Affecting Online Buying Behavior: A Conceptual Model*, 2012.

Deliana, ,, *Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Yamaha Fino Pada Pt. Suraco Jaya Abadi Motor Cab. Pallangga*", *Unismuh Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2016.

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: CV asy-syifa,1998.

Laluyan, G. I., Wibowo, I., & Setiorini, A. (2019). *IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN JD.id Jakarta. Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(3). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v7i3.349>

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>

Ma'ruf, N., Alfalisyo, A., Purwidiyanti, W., & Randikaparsa, I. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Citra Merek Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 1314–1330. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4106>

- Reka Sudirman, Awaluddin Arifin, S.I.Kom., M.I.Kom, Asmaul Husna . (2023). *PERSEPSI DIRI PENGGUNA PRODUK KECANTIKAN DI KOTA LHOKSEUMAWE Jurnal jurnalisme*. 12, 12–22.
- Astutik, V. P., & Sutedjo, B. (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)*, 7(2), 1065. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.581>
- Indra. (2022). *Analisis Kualitas Produk Di Bisa Group (SUSHI TEI) Medan*. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 246–255. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i2.589>
- Murdani, B. (2023). *Pengaruh Inovasi Produk, Harga Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas (Studi Kasus Showroom the King Cobra Auto Jakarta Timur)*. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 10(2), 116–128. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v10i2.4505>
- Putri Diana, Salim Agus, & Athia Ita. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang)*. *Jrm*, 12(02), 2361–2370.
- Hatta, U. B. (2003). *1 Universitas Bung Hatta*. 1–6.
- Astuti, S. W., Lukitaningsih, A., & Cahya, A. D. (2024). *PENGARUH PERCEIVED VALUE DAN INOVASI PRODUK*. 13(03), 845–858.
- Niken Aprilia, Tukidi. (2021). *Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu converse di senayan city*. 6(1), 34–46.
- Insania Alfi Mesita, & Agus Wahyudi. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific*. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Perpajakan*, 1(3), 141–151. <https://doi.org/10.61132/jeap.v1i3.246>
- Maga, A., & Harsoyo, T. (2025). *Pengaruh Influencer Marketing, Electronic Word of Mouth, dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 6(3), 13. <https://doi.org/10.53697/emak.v6i3.2360>
- Hungann, F. N., Tumbel, T. M., & Mangindaan, J. V. (2024). *Pengaruh Citra*

Merek terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sam Ratulangi Manado). 5(3), 928–933.

Ali, S., & Habiburachman. (2025). The Influence of Digital Marketing and Product Quality on Purchasing Decisions for Skincare Skintific Products for members of GenBi Lampung Province. *Banking & Management Review*, 13(1), 1–13. <https://doi.org/10.52250/bmr.v13i1.922>