

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. Deepublish.
- Britania Aliryanti, W., & Rifqy Roosdhani, M. (2024). Pengaruh Perceived Quality, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific (Study Pada Konsumen Di Kabupaten Jepara). *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 13(1), 92–106.
- Chaffey, D. (2022). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.
- Chaffey, D., & Ellis-chadwick, F. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (6 ed.). Pearson.
- Chernev, A. (2020). Brand Image and Brand Awareness. *Brand Marketing : the art of branding*, January.
- Faana, L., Batubara, M., Rianni, N. N., & Sitanggang, Y. D. (2025). PENGARUH REVIEW, PROMOSI, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE SKINTIFIC PADA E- COMMERCE TIKTOK SHOP. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 8(3).
- Fadilah, N., Hastari, S., & Pudyaningsih, A. R. (2019). Pengendalian Kualitas Produk Sebagai Upaya Mengontrol Tingkat Kerusakan pada UD Sindang Kasih Gondang Wetan. *Jurnal EKSIS*, 11(2), 1–14.
- Feronicha, L., & Wasino. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific Di E-Commerce Shopee. *eCoBuss*, 7(2), 992–1009. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i2.1600>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran: Dasar dan Konsep*. Qiara Media.
- Fitri, A. N., Promosi, P., Produk, K., & Terhadap, D. A. N. H. (2023). *PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE SKINTIFIC*. 10220213.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*.
- Keller, Kevin Lane: Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (5 ed.). Pearson.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2024). *Indikator Keputusan Pembelian dalam Perspektif Konsumen*. Hestanto. <https://www.hestanto.web.id/indikator-keputusanpembelian-dalam-perspektif-konsumen/>

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16 ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (19 ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2023). *Principle of Marketing*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15 ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16 ed.). Pearson.
- Laksana, M. fajar. (2019). Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. *Gastronomía ecuatoriana y turismo local.*, 1(69), 5–24.
- Ningrum, Mega Puri Lilian, & Ratnasari Eva. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian . *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022*, 1(1), 394–403.
- Prastyawan, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas (Thrifting) pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2020-2021 Universitas Jambi*. Universitas Jambi.
- Prihadini, D., Sudinta, H., & Frara, E. M. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PEMASARAN KONTEN APLIKASI TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SKINCARE SKINTIFIC (STUDI KASUS: GENERASI Z DI JAKARTA). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(2), 167–171.
- Puspitasari Esilia, Vi Suryo Zaenia L, Awaluh Nuha Nur, & Purnamasari Pupung. (2025). Analisis pengaruh kualitas produk, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada brand Skintific. *Jurnal Masharif alSyariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10(1), 581–600.
- Rizal. (2020). *Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dalam Dinamika Perilaku Konsumen*. Hestanto. <https://www.hestanto.web.id/faktor-yangmempengaruhi-keputusan-pembelian-dalam-dinamika-perilaku-konsumen/>
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2021). *Consumer Behavior* (13 ed.). Pearson.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif* (3 ed.). Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Tjiptono, F. (2022). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Andi.
- Toji, E. M., & Sukati, I. (2024). Pengaruh Online Customer Review, Brand Image, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Skintific Di TikTok Shop. *Economics and Digital Business Review*, 5(2), 675–688.

- Utami, N. W. (2024). *Lakukan Promosi Efektif Bisnis dengan 7 Tahap Perencanaan ini*. <https://www.jurnal.id/id/blog/2018-7-tahap-perencanaan-yang-harus-andalakukan-untuk-promosi-efektif/>
- Wijaya, T. (2018). *Kualitas Produk: Pengertian, Dimensi, Indikator, Faktor & Pendekatan*. <https://serupa.id/kualitas-produk-pengertian-dimensi-indikatorfaktor-pendekatan/>

