

DAFTAR PUSTAKA

- Aisah, N., & Permana, B. (2023). Pengaruh Viral Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Camille Beauty. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 8(3). <https://doi.org/10.31932/jpe.v8i2.2589>
- Alkemega, S., & Ramadhan, M. F. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung). *Jurnal EMT KITA*, 7(2), 462–472. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i2.1113>
- Apristiani, A., & Rosyadi, I. (2024). Manajemen dan Bisnis Pengaruh Viral Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada E-Commerce Di Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(1). <https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/MdB>
- Ardista, R., & Wulandari, A. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 15(2), 1–13. <https://doi.org/10.32534/jv.v15i2.1156>
- Aurelia, J., & Wriyakusuma, I. G. B. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Surabaya. *Performa : Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis, Volume 7*, 419–430.
- Azizah, R. C. N., Hendra, J., & Tumini, T. (2024). Pengaruh Viral Marketing, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Serum Wajah Implora (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Panca Marga). *Jumad : Journal Management, Accounting, & Digital Business*, 2(1), 51–60. <https://doi.org/10.51747/jumad.v2i1.1526>
- Bukit, E. F., Femmy, F., & Mayangsari, F. D. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Skintific. *Wacana : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 22(2), 323–332. <https://doi.org/10.32509/wacana.v22i2.3361>
- Compass. (2022). *5 Brand Perawatan Wajah Terlaris di E-Commerce Indonesia*. Compass.Co.Id. [https://compas.co.id/article/top-5-brand-perawatan-wajah/#:~:text=2.Skintific,sepanjang periode April – Juni 2022.](https://compas.co.id/article/top-5-brand-perawatan-wajah/#:~:text=2.Skintific,sepanjang%20periode%20April%20%E2%80%93%20Juni%202022.)
- Efendi, B., & Ashshiddiqy, M. Z. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *DFAME Digital Financial Accounting Management Economics Journal*, 1(1), 49–53. <https://doi.org/10.61434/dfame.v1i1.81>
- Fajriyah, A., & Karnowati, B. N. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Electronic

Word Of Mouth, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian di Bangi Cafe Cilacap. *Prosiding 16th Urecol: Seri Mahasiswa Student Paper*, 98–112. <https://repository.urecol.org/index.php/proceeding/article/view/2300>

Fatya, A. C., Ramadhanti, D. U., & Gunaningrat, R. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare “Skintific.” *SAMMAJIVA: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 2(1).

Faulina, T., & Susanti, F. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Di Bintang Ponsel Padang. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 560–577.

Ferdyana, L. A., Nurhajati, N., & Basalamah, M. R. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare MS GLOW (Studi Kasus Mahasiswa FEB UNISMA Angkatan 2019). *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma*, 12(02), 2133–2140.

Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek. In *Penerbit Qiara Media*.

Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. 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 Management and Business*, 3(3). <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2087>

Handayani, E. D., & Heny, K. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Fitur, Desain dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 5(2), 152–161. <http://jurnal.ustjogja.ac.id>

Haryadi, A. R., Gunaningrat, R., & Suyatno, A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kecantikan Somethinc. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (BISMAK)*, 2(2). <https://doi.org/10.47701/bismak.v2i2.2145>

Hasri, D. A., & Rizqi, R. M. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone. *Jurnal EK&BI*, 5(2). <https://doi.org/10.37600/ekbi.v5i2.546>

Hidayati, S. N., Rachmawati, E., & Kharismasyah, A. Y. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Manajemen*, 19(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.30872/jinv.v19i1.12679>

Jansen, F. Y., Worang, F. G., & Arie, F. V. (2022). Keputusan Pembelian

Konsumen Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat 2019-2020 the Effect of Brand Equity , Brand Image , and Product Quality on Consumer Purchase Decisions on Samsung Smartphone Products on Students of the Fac. *Jurnal EMBA*, 10(1), 279–288.

Kangsadewa, A. A., & Pratama, A. P. (2023). Pengaruh Lifestyle dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian iPhone Pada Mahasiswa di Universitas AMIKOM Purwokerto. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 10(1). <https://doi.org/10.21107/jsmb.v10i1.19977>

Katiandagho, N. J., & Hidayatullah, S. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Harga, dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna TikTok Shop. *Sains Manajemen*, 9(1), 13–27. <https://doi.org/10.30656/sm.v9i1.5886>

Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education, Inc.

Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*. Penerbit ANDI. Yogyakarta.

Mahendra, H. A. I., & Putri, K. A. S. (2022). Peran Endorser Selebriti, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Erigo (Studi pada Mahasiswa di Kota Malang). *Journal of Business & Applied Management*, 15(1), 019. <https://doi.org/10.30813/jbam.v15i1.3318>

Mandira, I. M. C., & Arnata, I. P. G. W. P. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorsement, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Reksadana Pada Aplikasi Bibit. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1).

Manik, T. S. B., Dhika, A. W., & Fitri, N. (2022). Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Ms Glow. *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun*, 9(1).

Merina, E., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Di Toko Apollo Plaza Marina Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1342–1348.

Muliasari, D. (2020). the Effect of Product Price and Product Quality on Purchasing Decisions for Samsung Brand Handphones Among Stie Aas Surakarta Students. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 3(04), 501–506. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v3i04.805>

Pamelia, A., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda Beat (Studi Pada Warga Perumahan Pesona Permata Ungu Krian Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1554–1563. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1554->

- Peter, Paul, J., & Olson, J. C. (2018). *Perilaku Konsumen dan Marketing Strategy*.
- Priansa. J.D. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer*. Penerbit Alfabeta.Bandung.
- Purnomo, N., & Rosyidah, F. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Ms Glow. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*.
- Puspitasari, B. A., Sudirman, R., & Purnomo, E. (2024). The Influence of Viral Marketing, Brand Image and Lifestyle on Purchasing Decisions for Nivea Brand Hand and Body Lotion Products (Case Study of Students at the Faculty of Economics, University of 17 August 1945 Banyuwangi). *LITERATUS*.
- Putri, F. A. A., Hidayati, N., & Arsiyanto, M. T. (2020). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen FEB UNISMA Angkatan 2020). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 876–881.
- Putri, T. S. A., Jaya, R. A., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone. *Digital Economic, Management and Accounting Knowledge Development (DEMANd)*, 03(02), 21–32.
- Rahayu, T., Basalamah, M. R., & Hatneny, A. I. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee (Studi pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(22), 82–94.
- Rimbahari, A., Widjayanti, R. E., & Thahira, A. (2023). Pengaruh Viral Marketing Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Platform Tiktok. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(2), 457. <https://doi.org/10.25273/capital.v6i2.15304>
- Sabila, A. K., & Lazuardy, I. T. (2024). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Review, dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc Pada Platform Tiktok. *Online Consumer Review*, 5(1), 57–71.
- Saktiendi, E., Herawati, S., Yenny, L. A., & Agusti, A. W. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow di Bumi Indah Kabupaten Tangerang. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(2), 197–210. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i2.524>
- Septiani, F., & Andayani, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan

Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kabupaten Bogor. *Jurismata*, 3(2), 2656–6923. www.idc.com

Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen*.

Siregar, M. A., & Saragih, N. M. (2023). Pengaruh Gaya Hidup , Harga , Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone merek Iphone (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Potensi Utama Medan). *Journal of Creative Student Research*, 1(1), 392–401. <https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/jcsr/article/view/1167/1137>

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. PENERBIT ALFABETA BANDUNG.

Syamsumarlin, S., & Zaini, M. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Vivo (Studi pada Masyarakat Kecamatan Bontang Selatan yang Menggunakan Smartphone Merek Vivo). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(2). <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i2.1360>

Tanjung, A., Chintia, E., Rahman, N. N. R., & Wibowo, O. D. (2024). Pengaruh Word Of Mouth, Gaya Hidup, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone. In *Prosiding SEMANIS: Seminar Manajemen Bisnis*, 12(1).

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Startegik*. Andi Offset, Yogyakarta.