

## DAFTAR PUSTAKA

- Anam, K. Fazizah, A. (2023). Analisis Penggunaan Aplikasi Digital Ayo Src, Pembinaan Program Src Dan Keberagaman Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Toko Klontong Di Kabupaten Pasuruan. Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi 2 (4), 912-922
- Agustina, A. Y. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Whitening Ms Glow (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kediri Angkatan 2020) (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).
- Asmarina, G.P. Yasa, K & Ekawati ,(2022). Pengaruh Perceived Of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Niat Beli Kembali. Pascal Books
- Alamri, N., Wolok, T., & Kango, U. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah Pada Toko Erby Shop. YUME: Journal of Management, 6(2), 1-11.
- Anwar, R. N., & Wardani, F. A. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK SCARLETT DI E-COMMERCE SHOPEE. Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, 8(6), 1370-1379.
- Alamri, N., Wolok, T., & Kango, U. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah Pada Toko Erby Shop. YUME: Journal of Management, 6(2), 1-11.
- Anwar, R. N., & Wardani, F. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk
- Astuti,O.P. Fazizah, A. (2023). Membangun brand love melalui digital sensory marketing: dimediasi oleh brand experience (Studi pada konsumen J.CO Donuts & Coffe Malang). Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, 2 (4): 131–141.
- Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli ulang Produk Scarlet di e-commerce Shopee. Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, 8(6), 1370-1379.
- Adriansyah, M. A., & Aryanto, R. (2011). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Proses Keputusan Pembelian J&C Cookies.
- Anggraeni, R. D., Pangestuti, E., & Devita, L. D. R. (2018). Pengaruh

- Endorsement Beauty Vlogger terhadap Minat Beli Make Up Brand Lokal. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 60(1), 155-162.
- Atfianto, D., & Nuraeni, N. (2024). PEMANFAATAN INSTAGRAM DAN WEBSITE DALAM PEMASARAN DIGITAL UMKM JAMU KELURAHAN LATEK BANGIL PASURUAN. *PROFICIO*, 5(1), 600-605.
- Anandita, A. W., & Sulhan, M. (2024). PENDAMPINGAN DIGITALISASI MARKETING PADA CV. NUGRAHA CIPTA RAHARJA. *PROFICIO*, 5(1), 875-880.
- Dwi Mega Kartika, V. (2022). Pengaruh Price Bundling dan Product Bundling Terhadap Minat Konsumen Pada Produk Kosmetik Online Shop Mybeu (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).
- Dewantari, S. M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Skincare Somethinc Di Lumajang).
- Duryadi (2021) Teknik Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS.yayasan prima agus teknik.
- Dwi Mega Kartika, V. (2022). Pengaruh Price Bundling dan Product Bundling Terhadap Minat Konsumen Pada Produk Kosmetik Online Shop Mybeu (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).
- Fadilah, K. Fazizah, A. (2023). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Promosi, dan Resiko Investasi terhadap Minat Masyarakat pada Produk Tabungan Emas. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen* 2 (3), 164-175.
- Farikha, A. Fazizah, A. (2023) Pengaruh Digital Marketing Dan Service Quality Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Citra Destinasi Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Wisata Hutan Cempaka Prigen Pasuruan). *Jurnal Spektrum Ekonomi*. Vol 7, No 9September2024, Hal 29-39.
- Fatmalawati, D. S., & Andriana, A. N. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Kosmetik Pt. Paragon Technology and Innovation. *JMB: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1).
- Galang, T. (2021). Pengaruh youtube beauty vlogger terhadap minat beli

konsumen dan dampaknya terhadap keputusan pembelian produk (Studi pada viewers Youtube Wardah channel Suhay Salim) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).

Hartati, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Cosmetics Jafra Pada PT. Jafra Cosmetics Indonesia. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 10(01), 123-137.

Hidayati, L. F., & Setyaningrum, I. F. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Pelanggan Kosmetik Wardah di Outlet Sinar Kosmetik Sragen) (Doctoral dissertation, UIN Surakarta).

Hikmah, A., Saryadi, S., & Nugraha, H. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Gudang Kosmetik Purwokerto. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 398-404.

Hidayati, N., & Yuliandani, L. (2020). Pengaruh beauty vlogger, citra merek dan label halal terhadap minat beli produk kosmetik Wardah. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi)*, 12(1), 65-76.

Humaira, S. A. (2023). ANALISIS PENGARUH NIAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK HALAL (STUDI KASUS PADA BRAND SCARLETT WHITENING) (Doctoral dissertation, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA).

Kurniasari, I. (2017). Pengaruh Country Image dan Beauty Vlogger Review Terhadap Purchase Intention Konsumen Kosmetik Korea (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).

Kusnanto, D., Maulana, A., & Ratnasari, I. (2020). Pengaruh Beauty Vlogger Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang). *Jurnal Mirai Management*, 5(2).

Komala, Z. (2024). PENGARUH PRODUCT BUNDLING DAN FITUR SHOPEE LIVE STREAMING TERHADAP MINAT BELI CUSTOMER PADA PRODUK SOMETHINC DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM (Studi Pada Mahasiswa FEBI Angkatan 2020/2021 Universitas Islam Negeri

- Raden Intan Lampung) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Khobiba, U. (2024). Pengaruh Perceived Value, Price Bundling, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Produk Ms Glow di Kabupaten Sumenep (Doctoral dissertation, Universitas Wiraraja).
- Maslakhah, A. N., & Andjarwati, A. L. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Mascara Oriflame (Studi Pada Konsumen Mascara Oriflame Wilayah Surabaya Pusat). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(4), 486-492.
- Maula, F. Fazizah. A. (2023). Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Keamanan, Privasi Dan Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Fintech Flip (studi pada Pengguna Aplikasi Flip Di Akun Instagram Flip\_ID). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 2 (4). 131-141.
- Mun'im, N.N, Fazizah, A. (2023). Pengaruh green storytelling marketing dan elektronik word of mouth terhadap purchase intention melalui brand equity pada produk NPURE. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2 (4). 131–141
- Pravita, S. D. (2023). Pengaruh Bundling produk dan Brand Ambassador terhadap Pembelian Impulsif pada Produk Somethinc di Tik Tok Shop (Doctoral dissertation).
- Puspita, Y., Widyastuti, S., & Miranda, A. (2023). Pengaruh Beauty Vlogger Review dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik pada Generasi Y dan Z Dengan Variabel Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *JEMBA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(6), 983-998.
- Putri, A. A., & Haninda, A. R. (2020). PENGARUH BEAUTY VLOGGER DALAM MINAT BELI PRODUK KECANTIKAN DI SMK TELEKOMUNIKASI TELESANDI BEKASI. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 6(2), 474-484.
- Rizki, R., & Karneli, O. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Konsumen Matahari Department Store Mall Ska Pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 5(2), 1-12.
- Salamah, M., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Peran Social Media Marketing, Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan

- Pembelian Pada Produk Kosmetik MADAME GIE di Kab. Bekasi. *Jurnal Economia*, 2(10), 2686-2703.
- Saputra, S. Fazizah, A.. (2023). Pengaruh advertising, e-wom, brand image dan perceived value terhadap purchase decision tiket pesawat online traveloka di Indonesia. *Journal of Management Sciences*, 3 (3), 143-152.
- Tranggono, R.I.S. 1996. Kiat Apik Menjadi Sehat dan Cantik: Petunjuk Praktis Perawatan Kulit dan Penggunaan Kosmetik bagi Remaja. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Widodo, S., & Mawardi, M. K. (2017). Pengaruh beauty vlogger terhadap source characteristics serta dampaknya terhadap purchase intention. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 47(1).
- Zurni, K., Eliza, A., & Supriyaningsih, O. (2024). Pengaruh Product Bundling Dan Fitur Shopee Live Streaming Terhadap Minat Beli Customer Pada Produk Somethinc Dalam Perspektif Bisnis Islam. *Jurnal Bintang Manajemen*, 2(2), 122-134.
- Wani, Z. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Kosmetik Wardah pada Gerai Kosmetik Careefour Palembang Square di Kota Palembang. *Jurnal Manajemen*, 8(4), 1-20.
- Wusko, A. U. (2024). A OPTIMALISASI DIGITAL MARKETING SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KINERJA PEMASARAN KRIPIK BUAH LEVINA DI DESA SUMBER PASIR KEC. PAKIS KAB. MALANG. *PROFICIO*, 5(1), 887-896.