

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W. (2018). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif*. Andi Offset.
- Abdul Kohar, April Laksana, Fiqri Nur Zul Hakim, Intan Purwi Maharani, & Siti Ghina Rahmah. (2024). Peran Media Sosial dan Citra Merek Dalam Minat Beli Skintific. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 2(4), 233–242. <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v2i4.4311>
- Agustina, R. M., Efendi, N., & Tulim, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific Pada Mahasiswa/ I Kota Medan. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 14(1), 90–100. <https://doi.org/10.55601/jwem.v14i1.1221>
- Aldaka, S. R. (2026). *Pengaruh Social Media Marketing dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Mediasi (Studi Kasus Pada Pengguna Skintific Di Kota Padang)*. Universitas Bung Hatta.
- Anggraeni, R., Layaman, & Djuwita, D. (2019). Analisis Pemanfaatan Social Media Marketing Terhadap Customer Loyalty yang Menggunakan Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi. (Ruri Anggraeni, Layaman, dan Diana Djuwita, 2019). *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 445–455.
- Arli, D., van Esch, P., & Weaven, S. (2024). Asian journal of business management. *Asian Journal of Business Management*, 11(1), 1–15.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi*. PT RajaGrafindo Persada.
- Aziz, Z., & Margono, H. (2025). Analisis Kualitas Produk, Harga Dan Brand Identity Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variable Intervening. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 5(1), 3895–3912. <https://doi.org/10.54373/ifiheb.v5i1.2753>
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th Edition). Pearson.
- Erdoğan, İrem Eren, & Çiçek, M. (2012). The Impact of Social Media Marketing on Brand Loyalty. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 58, 1353–1360. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.1119>

- Evelyn Budiono, P., Harjanti, D., & Stankevica, K. (2020). The Revival of Indonesian Skin Care Brands. *SHS Web of Conferences*, 76, 01036. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207601036>
- Fajrin, L., & Hayuningtias, K. A. (2025). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, CELEBRITY ENDORSER, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SKINCARE SOMETHINC. *Jurnal Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 8(2).
- Farida, N., Sari, M., & Rachmawati, I. (2022). The Effect of Product Quality, Customer Satisfaction, and Brand Trust on Customer Loyalty. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(2), 450–462.
- Febryanti, A. A., Hadi, S. P., & Listyorini, S. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (STUDI PADA KONSUMEN DAK NALGAE TEMBALANG KOTA SEMARANG). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(1), 30–39. <https://doi.org/10.14710/jiab.2024.40011>
- Felix, R., Rauschnabel, P. A., & Hinsch, C. (2017). Elements of strategic social media marketing: A holistic framework. *Journal of Business Research*, 70, 118–126. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.05.001>
- Fithri, A. (2021a). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic (Studi Kasus Pada Pemakai Produk Nature Republic di Kota Pekanbaru)*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Fithri, A. (2021b). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic (Studi Kasus Pada Pemakai Produk Nature Republic di Kota Pekanbaru)* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Badung Penerbit Universitas Diponegoro.
- Godey, B., Manthiou, A., Pederzoli, D., Rokka, J., Aiello, G., Donvito, R., & Singh, R. (2016). Social media marketing efforts of luxury brands: Influence on brand equity and consumer behavior. *Journal of Business Research*, 69(12), 5833–5841. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.181>
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga.

- Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing: Step-by-Step Techniques to Spread the Word About Your Business Fast and Free*. McGraw-Hill.
- Hair, J. F. ., Hult, G. T. M. ., Ringle, C. M. ., & Sarstedt, Marko. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications, Inc.
- Hair Jr, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2013). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (7th ed.). SAGE Publications.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2019). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Hanifah, N., & Susanti, A. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Brand Preference dan Product Quality Terhadap Buying Decision Product skincare Avoskin. *Airlangga Journal of Innovation Management*, 4(1), 1–19. <https://doi.org/10.20473/ajim.v4i1.45494>
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Ghalia Indonesia.
- Hasanah, E. (2010). *Pengaruh Citra Merek dan Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Sari Ayu (Studi Pada Mahasiswi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2024). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management* (14th Edition). Pearson.
- Juliana, Djakasaputra, A., Pramezwary, A., & Tarigan, S. A. (2022). *Dasar-dasar Pemasaran*. Penerbit NEM.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kim, A. J., & Ko, E. (2012). Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand. *Journal of Business Research*, 65(10), 1480–1486. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.10.014>

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th Edition). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). *Marketing Management* (15th Edition). Pearson Education.
- Kotler, Philip., & Keller, K. Lane. (2016b). *Marketing management*. Pearson.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2018). *Marketing* (12th ed.). Cengage Learning.
- Liwe, F. (2013). Kesadaran Merek, Keragaman Produk, Dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli Di Kentucky Fried Chicken Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, Volume 1, No. 4., 1(4)*, 2097–2116.
- Marlius, D. (2017). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran Pada PT. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal Pundi, 1(1)*, 57–66.
- Martins, M. A. J., & Riyanto, S. (2020). The Effect of User Experience on Customer Satisfaction on Netflix Streaming Services in Indonesia. *International Journal of Innovative Science and Research Technology, 5(7)*, 573–577. <https://doi.org/10.38124/IJISRT20JUL545>
- Mowen, J. C., & Minor, M. S. (2015). *Perilaku Konsumen* (Edisi 5). Erlangga.
- Nawastuti, N., & Irmawati. (2023). Pengaruh Influencer dan E-WOM terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi Pada Pelanggan TikTok Shop. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 1415–1421. <https://doi.org/10.37034/infv5i4.735>
- Nawawi, H., & Margiono. (2004). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Gadjah Mada University Press.
- Novila, N. (2018). Pengaruh Pemasaran Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Negeri Surabaya*.
- Owusu, A. (2013). Influences of Price and Quality on Consumer Purchase of Mobile Phone in the Kumasi Metropolis in Ghana A Comparative Study. *European Journal of Business and Management, 5(1)*, 9–22.
- Putri, D. (2020). *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Teoretis dan Praktis*. Penerbit Widina.
- Rahma, A. A., Afifudin, & Novianto, A. S. (2025). Pengaruh Kesadaran Halal dan Product Quality Terhadap Loyalitas Konsumen Dimediasi Keputusan Pembelian pada Skincare Korea. *Warta Ekonomi, 8(1)*, 125–135.

- Rahmawida, A. Z. (2023). *Pengaruh Social Media Marketing, Brand Image, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening pada Produk MS. Glow di Kota Surabaya* [Thesis]. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Sari, M. (2022). *Metodologi Penelitian*. PT Global Eksekutif Teknologi .
- Sebayang, D. E. B., & Lestari, I. (2024). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Awareness Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Madame Gie di Binjai. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 5(1), 34–42. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v5i1.4323>
- Selfitri, S., Noviasari, H., & Jushermi, J. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 2(4), 1039–1047. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2023.02.4.19>
- Siswanti, E., Iradawaty, S. N., & Imamah, N. (2024). *Customer Relationship Management dan Implementasinya pada Perusahaan Kecil*. Eureka Media Aksara.
- Solomon, M. R., Poiesz, T., Janssen, J., & Bamossy, G. (2020). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (13th ed.). Pearson.
- Sugiarto. (2016). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Andi Offset.
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Andi Offset.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Suharto, M. G. E., & Siagian, D. (2024a). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk moisturizer Skintific di Jakarta*. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
- Suharto, M. G. E., & Siagian, D. (2024b). The Influence of Social Media Marketing and Product Quality on Brand Awareness and Purchase Decisions on Skintific Products. *West Science Business and Management*, 2(11), 567–576.
- Sukaris, S., & Yulia, T. N. (2021). The Role of Product Quality, Promotion, Conformity in Increasing Consumer Loyalty. *Innovation-the European Journal of Social Science Research*, 2(1), 7–14.

- Sukma, F. A. (2023). *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Produk Kosmetik Maybelline*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Swastha DH, B., & Irawan. (2002). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Tamara, N. I., & Masreviastuti. (2024). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Camille Beauty. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 10(1), 100–111.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2019a). *Pemasaran: Prinsip, Penerapan, dan Kajian Kontemporer*. ANDI.
- Tjiptono, F. (2019b). *Pemasaran: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik* (2nd Edition). ANDI.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Title: Social Media Marketing* (3rd Edition). SAGE Publications.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). *Social Media Marketing* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Wedarini, N. M. S. (2013). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan* [Skripsi]. Universitas Udayana.
- Wibowo, E. P. K. (2023). *Pengaruh Social Media Marketing dan Electronic Word of Mouth TikTok terhadap Keputusan Pembelian Produk Kilap Premium (Survei pada Pengguna Aplikasi TikTok di Indonesia)* [Skripsi]. Universitas Brawijaya.
- Yadav, M., & Rahman, Z. (2018). The influence of social media marketing activities on customer loyalty. *Benchmarking: An International Journal*, 25(9), 3882–3905. <https://doi.org/10.1108/BIJ-05-2017-0092>
- Zahroniya, S., Arief, M. Y., & Praja, Y. (2022). PENGARUH IKLAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK WARDAH MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Empiris pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo). *PROSIDING SEMINAR NASIONAL UNARS*, 1(1), 262–270.