

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, F., Suhaji. (2012). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian baju “MINT” di counter java mall semarang. *Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis 1(1)*, 1-24
- Aisyah, Fitri, A., & Syahbudin, F. (2021). Analysis of the effect of price and product reviews on online purchase decisions through shopee in the midst of the covid-19 pandemic (a case study: shopee consumers in banjarnegara regency, central java). *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(2), 16–45. <https://doi.org/10.46899/jeps.v9i2.282>
- Aisyah, N. (2022). Pengaruh brand ambassador idol kpop, promosi, dan fitur terhadap keputusan pembelian konsumen shopee (studi kasus pada konsumen shopee yang ada di jember). *National Multidissiplinary Sciences*, (1)3, 439-446
<http://proceeding.unmuhjember.ac.id/index.php/nms/article/view/90>
- Akbarini, Y. F. (2017). Pengaruh kelompok referensi, diferensiasi produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk perawatan (studi pada konsumen Larissa Aesthetic Center cabang Ponorogo). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1), 1–8
- Amelia, N. M. S., Sakti, D. P. B., & Mulyono, L. E. H. (2022). Pengaruh viral marketing dan online customer review menggunakan media tiktok terhadap minat beli produk scarlett whitening. *Jurnal Urgentrev Management Review*, (2)2, 181-191 <https://doi.org/10.29303/ju.v2i2.258>
- Ardhana, R. P. S., & Rahmawan, G. (2022). Pengaruh kepercayaan, word of mouth, kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk kecantikan. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, (6)2, 1-13
<http://dx.doi.org/10.29040/jie.v6i2.4978>
- Ariono, I. (2018). Pengaruh citra perusahaan, kualitas pelayanan dan kelompok referensi terhadap pengambilan keputusan pembelian kredit sepeda motor di PT. Federal International Finance cabang Wonosobo. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 1–13.
<https://doi.org/10.32699/ppkm.v5i1.434>

- Arsitowati, W. H. (2017). Kecantikan wanita korea sebagai konsep kecantikan ideal dalam iklan new pond's white beauty: what our brand ambassadors are saying. *Jurnal Humanika*, (24)2, 84-97
<https://doi.org/10.14710/humanika.v24i2.17572>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2022). Profil internet Indonesia 2022. Indonesia, DC: Author
- Author. (2021). 10 brand produk perawatan tubuh terlaris di shopee dan tokopedia. Compass.co.id. <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>
- Author. (2021). 5 brand perawatan wajah terlaris di e-commerce Indonesia. Compass.co.id. <https://compas.co.id/article/top-5-brand-perawatan-wajah/>
- Author. (2022, July 25). 13 produk paling laris dan prime time e-commerce saat ini. ginee.com. <https://ginee.com/id/insights/produk-paling-laris/>
- Azwar, S. (2015). *Metode Penelitian*. Pustaka Belajar.
- Batubara, M., Silalahi, P. R., Sani, S. A., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pelanggan memilih untuk membeli atau tidak suatu produk yang memenuhi keinginan, keinginan, dan harapan mereka, sehingga menimbulkan kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk tersebut. *Jurnal Al-Kharaj Ekonomi Keuangan dan Bisnis Syariah*, (4)2, 1327-1342
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.931>
- Chandradhy, D. (2011). *Strategi strategi pemasaran di Indonesia*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Ding, S., Lin, J., & Zhang, Z. (2020). Influences of reference group on users' purchase intention in network communities: from the perspective of trial purchase and upgrade purchase. *Journal Sustainability*, 12, 1–18.
<https://doi.org/10.3390/su122410619>

- Ferrinadewi, E. (2016). Pengaruh nilai-nilai hedonis dan konsep diri terhadap keputusan pembelian dan dampaknya pada loyalitas merek di Surabaya. (*studi pada pembelian barang mewah*). *Jurnal Manajemen Kinerja*, 2(2), 1–11
- Firmansyah, F. & Jarror, A. (2021). Pengaruh citra merek dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian smartphone vivo (studi pada mahasiswa fakultas ekonomi uin malang). *Jurnal Manajerial*, (8)3, 247-263
<http://dx.doi.org/10.30587/jurnalmanajerial.v8i03.2547>
- Fitria, S. & Artanti, Y. (2020). Pengaruh religiusitas dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, (8)1, 37-48 <http://dx.doi.org/10.21043/bisnis.v8i1.6732>
- Fitriyah, N. (2013). Pengaruh kelompok acuan dan keluarga terhadap keputusan pembelian batik tulis jetis pada toko amri jaya sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* (1)3
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/4035>
- Fitriyanti, V., & Purwanto. (2020). The influence of personal and psychological factors toward consumer purchase decision (case study: Petersaysdenim, Bandung). *Journal of Management and Leadership*, 3(2), 26–38.
<https://doi.org/10.47970/jml.v3i2.182>
- Handayani, S. A. D. P., & Indrawati, K. R. (2020). Peran konsep diri dan konformitas terhadap keputusan pembelian make up pada mahasiswa perempuan. *Jurnal Psikologi Udayana*, 25-34
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/psikologi/article/view/57780>
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2018). Perilaku belanja online di Indonesia studi kasus. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, (9)2, 193-213
<https://doi.org/10.21009/JRMSI.009.2.02>
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi, Ed.). CV Pustaka Ilmu Group.

Hariyadi, A., & Darmuki, A. (2019). Prestasi dan motivasi belajar dengan konsep diri. *Prosiding Seminar Nasional*, 280–286.

Harsono, F. H. (2020, February 18). *Viral losion pemutih abal-abal, bpom: jangan mudah tergiur cepat putih*. Liputan 6.com. <https://www.liputan6.com/health/read/4181896/viral-losion-pemutih-abal-abal-bpom-jangan-mudah-tergiur-cepat-putih>

Haryono, B. (2018). *How to manage customer voice*. Penerbit Andi

Helmi, A. F. (1999). Gaya kelekatan dan konsep diri. *Jurnal Psikologi*, 26(1), 9–17. <https://doi.org/10.22146/jpsi.6995>

Henni., Pristiyono., & Nasution, S. L. (2022). Analisis minat beli produk scarlett whitening bagi kaum hawa kota rantauprapat. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, (11)1, 35-42 <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i1.671>

Herdani, K. P., & Ratnasari, I. (2021). Pengaruh budaya dan kelompok referensi terhadap keputusan penggunaan aplikasi Tiktok di Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 5(3), 1–14. <https://doi.org/10.31955/mea.v5i3.1316>

Hermawan, H. (2017). Sikap konsumen terhadap belanja online. *Jurnal Wacana*, (16)1, 136-147 <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i1.6>

Irwanto & Hariatiningsih, L. R. (2020). Penggunaan skincare dan penerapan konsep beauty 4.0 pada media sosial (studi netnografi wanita pengguna instagram). *Jurnal Komunikasi*, (11)2, 119-128 <https://doi.org/10.31294/jkom.v11i2.8366>

Istanti, F. (2017). Pengaruh harga, kepercayaan, kemudahan berbelanja dan e-promosi terhadap keputusan pembelian belanja online di kota Surabaya. *Jurnal Bisnis dan Teknologi Politeknik NSC Surabaya*, (4)1, 14-22

- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2015). Pengaruh promosi online dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (survei pada pelanggan aryka shop di kota malang). *Jurnal Administrasi Bisnis* 21(1), 1-8
- Karnadi, A. (2022, April 8). Pengguna internet di indonesia capai 205 juta pada 2022. Dataindonesia.id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-capai-205-juta-pada-2022>
- Kodu, S. (2013). Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil toyota avanza. *Jurnal Emba* 1(3), 1251-1259 <https://doi.org/10.35794/emba.1.3.2013.2536>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi nilai pelanggan dan keputusan pembelian: analisis kualitas produk, desain produk dan endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, (2)5, 604-630 <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Lestari, D., Hidayat, F., & Hakim, G. R. U. (2021). Hubungan konsep diri dan persepsi terhadap kelompok persahabatan dengan keputusan pembelian pakaian pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Malang. *Jurnal Flourishing*, 1(3), 238–245. <https://doi.org/10.17977/um070v1i32021p238-245>
- Marlius, D. (2017). Keputusan pembelian berdasarkan faktor psikologis dan bauran pemasaran PT Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal Pundi*, 1(1), 57–66. <https://doi.org/10.31575/jp.v1i1.9>
- Murwanti, D. (2017). Pengaruh konsep diri, teman sebaya dan budaya kontemporer terhadap perilaku konsumtif siswa smp negeri 41 surabaya. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, (5)1, 38-51 <https://doi.org/10.26740/jepk.v5n1.p38-51>

- Ningrum, N. S. (2016). Pengaruh brand ambassador terhadap minat beli konsumen md clinic by lazeta. *Jurnal Bisnis dan Iptek*, (9)2, 141-152 <https://jurnal.stiepas.ac.id/index.php/bistek/article/view/79>
- Novellia, S. H. (2021). Representasi cantik melalui perubahan bentuk wajah pada artis perempuan di media televisi. *Persepsi Communication Journal*, (4)1, 102-111 <http://dx.doi.org/10.30596%2Fpersepsi.v4i1.6636>
- Noviandari, H., & Mursidi, A. (2019). Relationship of Self Concept, Problem Solving and Self Adjustment in Youth. *International Journal for Educational and Vocational Studies*, 1(6), 651–657. <https://doi.org/10.29103/ijevs.v1i6.1599>
- Nurjana, S. F., Kurniati, R. R., & Zunaida, D. (2019). Pengaruh e-commerce terhadap keputusan pembelian pada belanja online shopee (studi pada konsumen belanja online mahasiswa universitas islam malang). *Jurnal Jiagabi*, (8)3, 154-162
- Nurmalia, V. D., Dewanti, R. L., & Situmorang, V. (2006). Pengaruh kelompok referensi informasional dalam pengambilan keputusan pembelian. *Prosiding Seminar Nasional*, 2(1), 149–157
- Periantalo, J. (2016). *Penelitian kuantitatif untuk psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Permana, A. E., Reyhan A. M., Rafli, H., & Rakhmawati, N. A. (2021). Analisa transaksi belanja online pada masa pandemic covid-19. *Jurnal Teknoinfo*, (15)1, 32-37 <https://doi.org/10.33365/jti.v15i1.868>
- Peter, P. J. & Olson, J. C. (2002). *Consumer behavior perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Erlangga
- Pramudi, R. Y. (2015). Pengaruh gaya hidup konsumtif dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian kosmetik lokal. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, (15)2, 280-301

- Pratiwi, K. P., & Prihastuty. (2021). Customer perceived value dan online repurchase intention pada pengguna e-commerce Shopee. *Jurnal Psikologi Perseptual*, 6(2), 89–100. <https://doi.org/10.24176/perseptual.v6i2.5128>
- Prihartono. (2021). Determination of purchase decision: product quality, price and place (literature review). *Dinasti International Journal of Economics Finance and Accounting*, 2(3), 357–365. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v2i3.1365>
- Rezkisari, I. (2013, April 12). *Hati-hati pilih produk kecantikan, ini bahayanya*. *Republika.co.id*. <https://www.republika.co.id/berita/mkvxb0/hatihati-pilih-produk-kecantikan-ini-bahayanya>
- Rizkiyah, I., Apsari, N. C., & Julina. (2019). Strategi coping perempuan terhadap standarisasi cantik di masyarakat. *Marwah Jurnal Perempuan Agama dan Jender*, (18)2, 133-152 <http://dx.doi.org/10.24014/marwah.v18i2.7371>
- Sari, S. P. (2020). Hubungan minat beli dengan keputusan pembelian pada konsumen. *Jurnal Ilmiah Psikologi Psikoborneo*, 8(1), 147-155 <http://dx.doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Savira, R., & Zuhri, S. (2022). Resepsi penonton terhadap konten review skincare dalam akun tiktok drrichardlee studi analisis resepsi penonton terhadap konten review skincare dalam tiktok drrichardlee. *Linimasa Jurnal Ilmu Komunikasi*, (5)1, 106-113 <https://doi.org/10.23969/linimasa.v5i1.4461>
- Selvia, M. Tumbel, A. L. & Djemly, W. (2022). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik scarlett whitening pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis. *Jurnal EMBA*, (10)4, 320-330 <https://doi.org/10.35794/emba.v10i4.43797>
- Setiadi, N. J. (2008). *Perilaku konsumen: konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran / Nugroho J. Setiadi* (5, Ed.; Ed. 1, Cet. 3). Kencana.

- Sofwan, R. I. M., & Edwina, T. N. (2016). Hubungan antara konsep diri dengan komunikasi interpersonal yang efektif antarra ibu dan anak. *Jurnal Psikologi Perseptual*, 1(2), 84–92. <https://doi.org/10.24176/perseptual.v1i2.1638>
- Syaiful, I. A., Rizal, K., & Sari, A. V. K. (2017). Proses pengambilan keputusan pembelian di toko daring: peran faktor psikologis persepsi kualitas produk dan tingkat kepercayaan. *Jurnal Penelitian Psikologi Psikohumaniora*, 2(2), 194-208 <https://doi.org/10.21580/pjpp.v2i2.2296>
- Swastha, B. (2011). *Manajemen penjualan (edisi 3)*. BPFE-Yogyakarta
- Swastha, B., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Tanjung, H., Tanjung, I. S., & Safitri, S. (2022). Pengaruh kepribadian dan konsep diri terhadap keputusan pembelian produk Lazada. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Ekonomi*, 3(2), 390–396
- Tanjung, H., Tanjung, I. S., & Safitri, S. (2022). Pengaruh kepribadian dan konsep diri terhadap keputusan pembelian produk lazada. *Jurnal AKMAMI*, (3)2, 390-396
- Tecoalu, M., Winoto, H. T., & Ferdian. (2021). The effect of price perception and brand awareness on service quality mediated by purchasing decision (study case on PT Maybank Indonesia finance credit products). *Journal of Humanities Social Science Public Administration and Management*, 1(4), 183–195. <https://doi.org/10.51715/husocpument.v1i4.127>
- Ulviani, R. 2021. Pengaruh persepsi, konsep diri, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada perhiasan di toko emas pulau indah. *Jurnal Mahasiswa Manajemen*, (2)2, 1-18
- Utami, R. R., & Pribadi, A. S. 2017. Konsep diri dan penyesuaian diri peserta pelatihan garmen di Balai Latihan Kerja Disperindag Jawa Tengah. *Jurnal*

Psikologi Perseptual, 1(2), 98–108.
<https://doi.org/10.24176/perseptual.v2i2.2674>

Wahyuni, S., Erianjoni, E., & Hasmira, M. H. 2018. Makna cantik di kalangan mahasiswa fakultas ilmu sosial universitas negeri padang angkatan 2015. *Jurnal Perspektif jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan*, (1)4, 51-57
<https://doi.org/10.24036/perspektif.v1i4.46>

Wardhani, S. L., & Wibowo, B. S. 2018. pengaruh konformitas dan konsep diri (prestige) terhadap minat beli online mahasiswa dengan perilaku konsumtif mahasiswa sebagai variabel pemediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, (5)3, 346-363 <https://doi.org/10.31843/jmbi.v5i3.172>

Wijayanti, A., & Astiti, D. P. 2017. hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif remaja di kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, (4)1, 41-49
<https://doi.org/10.24843/JPU.2017.v04.i01.p05>

Windarti S., Faidah, M., Usodoningtyas S., & Dwiyaniti S. 2022. Kebiasaan pemakaian skincare santri putri pesantren kyai syarifuddin lumajang. *E-journal edisi yudisium*, (11)1, 123-130

Wiwaha, R. P. 2022. Data penjualan 7 brand body lotion di *marketplace*: scarlett masih di peringkat atas. *Compass.co.id*. <https://compass.co.id/article/body-lotion-di-marketplace/>

Yanti, R. B. 2020. Gaya hidup brand minded dengan keputusan pembelian smartphone iphone pada mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Psikologi Psikoborneo*, 3(8), 401-415 <http://dx.doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i3.5359>

Yoshita, S., & Rao, U. S. 2019. A study on the influence of reference groups affecting the purchase decision of a motorbike buyer. *International Journal of Advance Research and Development*, 4(2), 24–30.
<https://www.ijarnd.com/>

Yudiati, M., & Wening, S. 2020. Hubungan konsep diri dengan keputusan pembelian busana pada siswa jurusan tata busana smk negeri 3 purworejo. *Jurnal Pendidikan Teknik Busana*, (15)1, 1-8
<https://doi.org/10.21831/teknik%20busana.v8i1>

Yusda, D. D. 2019. Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian pada house of shopaholic di bandar lampung. *Jurnal Technobiz* 3(3), 14-18
<https://doi.org/10.33365/tb.v2i2.284>

