

## DAFTAR PUSTAKA

- Amin, A & Yanti, R. 2021. Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic. *Invest : Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*. Vol 2, No 1. Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia.
- Ayuningsih, F & Maftukhah, I. 2020. The Influence of Product Knowledge, Brand Image, and Brand Love on Purchase Decision through Word of Mouth. *Management Analysis Journal*. Vol 9, No 4. Universitas Negeri Semarang.
- Budiono, A. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*. Volume 17, Nomor 02. STIE Pariwisata Internasional.
- Cesariana et al. 2022. Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*. Volume 3, Issue 1. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
- Compass.co.id. "10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace". 01 November 2022. <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/> (Diakses, 04 Desember 2022).
- Darmianti, M & Prabawani, B. 2019. Pengaruh Gaya Hidup dan Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Pada Konsumen Klinik Kecantikan Larissa Aesthetic Center Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol 8, No 4. Universitas Diponegoro.
- Diwyarthi et al. 2022. *Perilaku Konsumen*. Padang: GET Press.
- Engel et al. 2012. *Perilaku Konsumen*. Tangerang: Binarupa Aksara.
- Faadhilah, F. 2018. Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Beauty Vlogger Sebagai Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Pada Remaja Perempuan Pengguna Kosmetik Korea Di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol 7, No 1. Universitas Negeri Surabaya.
- Femaledaily.com. "Best of Beauty Awards 2020". 10 Desember 2020. <http://awards.femaledaily.com/> (Diakses, 03 Juni 2022).
- Ghozali, I. 2017. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM Edisi 7*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

- Hartono, A & Wahyono. 2015. Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Management Analysis Journal*. Volume 4, No 2. Universitas Negeri Semarang.
- Haryono, S & Wardoyo, P. 2012. *Structural Equation Modeling: Untuk Penelitian Manajemen Menggunakan AMOS 18.00*. Bekasi: Penerbit PT. Intermedia Personalia Utama.
- Hernaeny, U. 2021. *Pengantar Statistika 1*. Bandung: Penerbit Media Sains Indonesia.
- Hwang, Y & Kim, M. 2021. Effect of Shop Selection Attributes, Lifestyle on Customer Satisfaction and Relationship Orientation of Franchise Beauty Shop User. *Korean Journal of Franchise Management*. Vol 12, No 3. Dongbang Culture University.
- Idrus et al. 2021. The Effect of Product Knowledge and Service Quality on Customer Satisfaction. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*. Vol 8, No 1. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Imania, L & Widiyanto, W. 2018. Pengaruh Experiential Marketing Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Larissa Aesthetic Center cabang Panjaitan Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol 7, No 3. Universitas Diponegoro.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kamaluddin & Muhajirin. 2018. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Berbelanja Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE BIMA). *Jurnal AKRAB JUARA*. Volume 3, Nomor 3. STIE Bima.
- Kamener, D. 2016. Peran Kepuasan Memediasi Pengaruh Atribut Produk, dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Konsumen. *Jurnal Benefita*. Vol 1, No 2. Universitas Bung Hatta.
- Kotler, P & Keller, K. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Maarif et al. 2019. Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Skincare Yang Sesuai Dengan Jenis Kulit Wajah Menggunakan Logika Fuzzy. *Evolusi: Jurnal Sains dan Manajemen*. Vol 7, No 2. Universitas Bina Sarana Informatika.
- Marfuah, D. 2021. "5 Brand Skincare Korea yang Terkenal dan Paling Laris di Indonesia". <https://www.beautynesia.id/beauty/5-brand-skincare-korea->

yang-terkenal-dan-paling-laris-di-indonesia/b-240622. Diakses pada 21 Juni 2022.

Nainggolan et al. 2020. *Perilaku Konsumen Di Era Digital*. Yayasan Kita Menulis.

Nihayah, A. 2019. *Pengolahan Data Penelitian Menggunakan Software SPSS 23.0*. Semarang: UIN Walisongo Semarang.

Oktavianus, D. 2022. “Kosmetik dan Skincare Korea yang Sering Muncul di K-Drama”.  
[https://www.kompasiana.com/dickyoktavianus6388/624b0cd3bb44866b4577fa13/kosmetik-dan-skincare-korea-yang-sering-muncul-di-k-drama?page=1&page\\_images=1](https://www.kompasiana.com/dickyoktavianus6388/624b0cd3bb44866b4577fa13/kosmetik-dan-skincare-korea-yang-sering-muncul-di-k-drama?page=1&page_images=1). Diakses pada 21 Juni 2022.

Pardede, R & Haryadi, T. 2017. Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal of Business & Applied Management*. Vol 10, No 1. Universitas Bunda Mulia.

Purwanto, E & Sulistyasturi, D. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.

Razak, M. 2016. *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press.

Rizky, D. 2019. Analisis Pengetahuan Konsumen (Customer Knowledge) dan Preferensi Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen Serta Penilaian Customer Satisfaction Index (CSI) Konsumen Kosmetik Wardah (Studi Kasus Konsumen yang ada Dikota Medan). *Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Sosial Sains*. Vol 1, No 1. Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Robiah, D & Nopiana, M. 2022. Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin. *Yume : Journal of Management*. Volume 5, Issue 1. Universitas Singaperbangsa Karawang.

Sekaran, U & Bougie, R. 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat

Sinulingga, N & Sihotang, H. 2021. *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*. IOCS Publisher.

Sumarsono & Giyatno, Y. 2012. Analisis Sikap dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Ecolabelling Serta Pengaruhnya Pada Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan. *Jurnal Performance*. Vol 15, No 1. UNSOED.

- Utami, I. 2017. *Perilaku Konsumen: Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian*. CV Pustaka Bengawan.
- Wardah, N & Harti. 2021. Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Avoskin Di Shopee. *Mandar : Management Development and Applied Research Journal*. Vol 4, No 1. Universitas Negeri Surabaya.
- Widjaja, B. 2016. Life-Style Marketing: an Alternative Theoretical Model of Service Marketing Dimension (an Empirical Study on Beauty Salon Customer in Jakarta). *IJABER*. Vol 14, No 13.
- Wijaya, D. 2017. Pengaruh Motivasi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Perspektif*. Vol 15, No 2. ABA BSI Jakarta.
- Wingsati, W & Prihandono, D. 2017. Pengaruh Penanganan Kegagalan Layanan, Kepercayaan, Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen. *Management Analysis Journal*. Vol 6, No 2. Universitas Negeri Semarang.
- Yoesmanam, I. 2015. Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Organik. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol 7, No 2. Universitas Negeri Surabaya.
- Yusup, F. 2018. Uji Validitas Dan Reabilitas Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*. Vol 7, No 1. Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.