

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia Salsabila, A., & Albari, A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorsement dan Citra Merek terhadap Kepercayaan Merek dan Niat Beli Produk Kecantikan. *COMSERVA*, 2(7), 884–898. <https://doi.org/10.59141/comserva.v2i7.402>
- Amania, Q. (2025). Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada aplikasi shopee melalui impulsive buying saat flash sale. *E-Proceeding of Management*.
- Anggrayni, D., & Syahidah, F. Q. (2025). Analisis Konten Live Streaming Shopee Wardah Sunscreen sebagai Optimalisasi Komunikasi Pemasaran Digital 5.0. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 9, 77–86.
- Aprilliyani, R., & Kuswati, R. (2024). Keputusan Pembelian Produk Wardah Melalui E-Commerce Shopee Peran Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(01), 1–15. <https://doi.org/10.22437/jmk.v13i01.31542>
- Armstrong, P. K. & G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Belch, G. E. B. & M. A. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. McGraw-Hill Education.
- Berdi, B., & Nardin, R. (2024). Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Perilaku Pengguna Media sosial dalam Melakukan Transaksi Ekonomi. *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 3(4), 589–593. <https://doi.org/10.56799/peshum.v3i4.4184>
- Daftar E-commerce Paling Sering Diakses 2025, Shopee Masih Juara - GoodStats. Retrieved November 27, 2025, from <https://goodstats.id/article/e-commerce-paling-sering-diakses-2025-shopee-masih-juara-wyZqk>
- Daiman, M. S., Yulita, I. K., & Poerwanto, H. (2023). Pengaruh Harga , Kepercayaan , dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna E-commerce Tokopedia. *Journal of Research in Business and Economics*, 06(01), 83–103.
- Dede Alipudin, Edy Nursanta, & Siti Masitoh. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Celebrity Endorser dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 4(2), 212–219. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v4i2.1433>

- Fatihudin, D. (2020). *Metodologi Penelitian* (Revi). Zifatama.
- Fatma, N., Irfan, N. F., & Latiep, I. F. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Produk Menggunakan Persepsi Harga Dan Kualitas Produk. *SEIKO: Journal Of Management & Business*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goodstats. (2025). *10 Jawara Brand Perawatan dan Kecantikan di Shopee: Skintific, Wardah dan Glad2Glow Pimpin Pasar - GoodStats*. <https://goodstats.id/article/10-jawara-brand-perawatan-dan-kecantikan-di-shopee-skintific-wardah-dan-glad2glow-pimpin-pasar-OT8M1>
- Hidayat, Putri. (2022). PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*.
- Indonesia: number of internet users 2028| Statista. Retrieved November 13, 2025, from <https://www.statista.com/statistics/254456/number-of-internet-users-in-indonesia/>
- Irma Suryani, & Rani Kurniasari. (2024). Pengaruh Harga dan Diskon terhadap Keputusan Pembelian Produk Shopee pada Generasi Z Kota Depok. *PPIMAN Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(4), 111–125. <https://doi.org/10.59603/ppiman.v2i4.538>
- JASMINE, K. (2014). Consumer Behavior. In *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*.
- Kemenperin Pacu IKM Kosmetik Maksimalkan Pasar yang Ekspansif. (2024). https://ikm.kemenperin.go.id/kemenperin-pacu-km-kosmetik-maksimalkan-pasar-yang-ekspansif?utm_source=chatgpt.com
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. United States of America: Person education Limited. In *NXB Hội trường Prentice*. https://books.google.com/books/about/Marketing_Management.html?hl=id&id=UbfwtwEACAAJ
- Lamb, C. W. ., Hair, J. F. ., & McDaniel, Carl. (2018). *MKTG 11: Principles of Marketing*. Cengage Learning. <https://search.worldcat.org/title/1035016902>

- Lidiya Mumtaazah, Bayu Wijayanti, W. E. S. (2022). Celebrity Endorser, E-WOM dan Harga yang Kompetitif terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*.
- Nabilah, Jihan Putri. Sari, H. (2023). Identifikasi Profil Pelanggan Restoran berdasarkan Variabel Lifestyle dengan Activities , Interest , Opinion (AIO) Approach. *Journal of Research in Industrial Engineering Management, 1*(1), 20–30.
- Nirma Kurriwati. (2019). Harga dan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Nirma. *Eco-Entrepreneur, 5*(2), 1–13.
- Nur Jannah, K., Riawati Kurnia, P., & Penta Sitio, R. (2023). Peran Celebrity Endorsement dalam Mendorong Niat Beli Beauty Product dengan Brand Image dan Brand Attitude Sebagai Mediator. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen, 02*(02), 161–180. <https://journal.uii.ac.id/selma/index>
- Peoplenesia. (2025). *Wardah Masuk 3 Besar Brand Kosmetik Terlaris di Asia Tenggara 2024, Tegaskan Posisi Indonesia di Industri Kecantikan Global*. PeopleNesia. <https://peoplenesia.com/2025/09/09/wardah-masuk-3-besar-brand-kosmetik-terlaris-di-asia-tenggara-2024-tegaskan-posisi-indonesia-di-industri-kecantikan-global/>
- Shimp, T. A. (2010). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications*. Cengage Learning.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Pearson Education.
- Stanton, W. J. (2012). *Instructor's manual to accompany Fundamentals of Marketing (McGraw-Hill series in marketing) by William J Stanton | Open Library*. [https://openlibrary.org/works/OL7914308W/Instructor's_manual_to_accompany_Fundamentals_of_Marketing_\(McGraw-Hill_series_in_marketing\)?edition=key:/books/OL9961208M](https://openlibrary.org/works/OL7914308W/Instructor's_manual_to_accompany_Fundamentals_of_Marketing_(McGraw-Hill_series_in_marketing)?edition=key:/books/OL9961208M)
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (3rd ed.). Alfabeta.
- Tahir, M. A., Safrin, M., & S, I. F. (2025). Peningkatan Kesadaran Hukum dalam Transaksi Online di MAN 2 Palu melalui Penyuluhan Hukum.

Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia, 5(2), 695–702.
<https://doi.org/10.54082/jamsi.1537>

Terence A. Shimp & J. Craig Andrews. (2013). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications* (9th ed.). Cengage Learning.

Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Andi Publisier.

Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Jasa*.

Wisnblit, L. G. S. & J. (2015). *Consumer Behavior*.

Zahra, K. F., Listyorini, S., & Pinem, R. J. (2021). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER , ELECTRONIC WORD OF MOUTH , DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Koesmetik Wardah di Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*.

