

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. (2011). *Metode Analisis Kosmetik*. Dikutip 13 Februari 2019. Hal. 3.
- Balakrishnan, Bamini KPD, dkk. (2014). *The Impact of Social Media Marketing Medium Toward Purchase Intention and Brand Loyalty Among Generation Y*. *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 148. Hal. 177-185.
- Barger, V. A.; Labrezque, L. I.. (2013). *An Integrated Marketing Communications Perspective on Social Media Metrics*. *International Journal of Integrated Marketing Communications*, 64-76.
- Budiwati, H. (2012). *Implementasi Marketing Mix dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Unggulan Keripik Pisang Agung di Kabupaten Lumajang*. *Jurnal WIGA*, Vol. 2, No. 2, Hal. 29-44.
- Diyatma, A. J. (2017). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sakaa Bistro & Bar*. e-Proceeding of Management, Vol.4, No.1, Hal. 175-179.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program SPSS Edisi Keempat*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gumilar, G. (2015). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Promosi Oleh Pengelola Industri Kreatif Fashion di Kota Bandung*. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*. Vol. V, No. 2. Hal. 77-84.
- Indika, D. R.; Jovita, C. (2017). *Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen*. *Jurnal Bisnis Terapan*, Vol. 1, No. 1, Hal. 25-32.

Innisfree. (2019). Dikutip 20 Maret 2019 dari <http://www.innisfree.com/id/id/main/index.do>.

Jumiati; Sugiarto, T. (2017). *Analisis Pengaruh Harga dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bisnis Wilayah Banjarbaru Pada PT. Indomarco Adi Prima Cabang Banjarmasin*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis, Vol. 3, No. 3, Hal. 311-324.

Katadata.co.id. (2018). *Jumlah Penduduk Perempuan Indonesia pada 2018 Mencapai 131,9 Juta Jiwa*. Dikutip 13 Februari 2019 dari [databoks.katadata.co.id:https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/06/08/jumlah-penduduk-perempuan-indonesia-pada-2018-mencapai-1319-juta-jiwa](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/06/08/jumlah-penduduk-perempuan-indonesia-pada-2018-mencapai-1319-juta-jiwa).

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. *Kian Kinclong, Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20 Persen*. Dikutip 15 Februari 2019 dari <https://kemenperin.go.id/artikel/18954/Kian-Kinclong,-Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20-Persen>.

Kotler, P.; Armstrong, G. (1997). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Ketiga Jilid Satu*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P.; Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid Satu*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P.; Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid Dua*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P.; Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid Satu*. Jakarta: Erlangga.

Lee, Y. E.; Benbasat, I. (2004). *A Framework for the Study of Customer Interface Design for Mobile Commerce*. International Journal of Electronic Commerce. Vol. 8, No. 3, Hal. 79-102.

Matsunaga, M. (2010). *How to Factor-Analyze Your Data Right: Do's, Don't's and How-To's*. International Journal of Psychological Research.

- Natalia, P.; Mulyana, M. (2014). *Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol. 2, No. 2, Hal. 119-128.
- Nature Republic. (2019). Dikutip 20 Maret 2019 dari <https://shopee.co.id/naturerepublicofficialstore>.
- Ocean Fresh. (2019). *Marine Bioactive Skincare by Ocean Fresh*. Dikutip 15 Maret 2019 dari <http://www.oceanfresh.id/>. Dikutip 19 Juni 2019 dari: <https://www.instagram.com/p/BCQUUSJhmWk/>.
https://www.instagram.com/oceanfresh_id/.
<https://www.instagram.com/p/BvwdVZbDTxa/>.
<https://www.instagram.com/p/Bx9iWQ-FRLU/>.
<https://www.instagram.com/p/BxZHxwiFCux/>.
<https://www.instagram.com/stories/highlights/17866707751259383/>.
https://www.instagram.com/stories/oceanfresh_id/.
<https://www.instagram.com/p/ByzvSA5hZWf/>.
<https://www.instagram.com/p/BU5v7SlhJDD/>.
<https://www.instagram.com/stories/highlights/18002376481188610/>.
<https://www.instagram.com/p/BtXpC7DBes-/>.
<https://www.instagram.com/p/BsxaQC6n2Iv/>.
- Prasetyo, H.; Rachmawati, I. (2016). *Analisis AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) Pada Pengguna Asus Zenfone di Indonesia*.
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Rachman, G. G.; Yuningsih, K. (2010). *Pengaruh Biaya Distribusi dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan (Studi Pada Sari Intan Manunggal Knitting Bandung)*. Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis, Vol. 10, No. 2, Hal. 151-175.
- Rudy, dkk. (2011). *Model Bisnis dan Antarmuka Pelanggan E-Commerce pada PT. MSG*. Jurnal Comtech, Vol. 2, No. 1, Hal. 89-98.

- Salamoon, DK. (2013). *Instagram, Ketika Foto Menjadi Mediator Komunikasi Lintas Budaya di Dunia Maya*. Skripsi. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sensatia Botanicals. (2019). Dikutip 22 Maret 2019 dari <https://sensatia.com/id/>.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Solis, B.. (2010). *Engage! The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in The New Web*. Canada: Simultaneously.
- Solusi Organik. (2019). Dikutip 22 Maret 2019 dari <http://marthatilaarshop.com/>.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Suyanto, M. (2004). *Analisis & Desain Aplikasi Multimedia untuk Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Syahbani, M. F.; Widodo, A. (2017). *Food Blogger Instagram: Promotion Through Social Media*. Jurnal Ecodemica, Vol. 1, No. 1, Hal. 46-58.
- Syahreza, M.F.; Tanjung I.S. (2018). *Motif dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan ekonomi UNIMED*. Jurnal Interaksi, Vol. 2, No. 1, Hal. 61-84.
- Tabachnick, B. G.; Fidell, L. S. (2007). *Using Multivariate Statistics*. California: Pearson Education.

- Tahun, R. A.; Bunga, M.; Nyoko, A E. L. (2018). *Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Perkreditan Rakyat Tanaoba Lais Manekat Kota Kupang*. Journal of Management, Vol. 7, no. 2, Hal. 147-165.
- The Bath Box. (2019). Dikutip 22 Maret 2019 dari <http://thebathbox.co.id/>.
- The Body Shop. (2019). Dikutip 21 Maret 2019 dari <https://www.thebodyshop.co.id/>.
- The Face Shop. (2019). Dikutip 21 Maret 2019 dari <https://thefaceshop.co.id/>.
- The SAEM. (2019). Dikutip 21 Maret 2019 dari <https://shopee.co.id/thesaem.id>.
- Ulfa, M. (2018). *Efektifitas Instagram Dalam Mempromosikan Penjualan Kamar Batiqa Hotel Pekanbaru*. Jurnal JOM FISIP, Vol. 5, No. 1, Hal. 1-14.
- Utami, H. N.; Firdaus, I. F. A. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis*. Jurnal Ecodemica, Vol. 2, No. 1, Hal. 136-146.
- Wardah. (2019). Dikutip 22 Maret 2019 dari <https://www.wardahbeauty.com/> dan <https://shopee.co.id/wardahofficial>.
- Websindo.com. (2019). *Indonesia Digital 2019: Media Sosial*. Dikutip 1 Juni 2019 dari <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/>.
- Wongkar, I.; Soegoto, A. S. (2015). *Strategi Promosi dan Saluran Distribusi Terhadap Kinerja Sirkulasi Surat Kabar Manado Post*. Jurnal EMBA, Vol. 3, No. 2, Hal. 806-817.
- Yoestini; R., Eva S. (2007). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pengguna Telepon Seluler Merek Sony Ericson di Kota Semarang)*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. VI, No.3, Hal. 261-276

- Yulaika, R. (2013). *Pengaruh Atribut Produk, Iklan, dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Shopping Goods Melalui Media Online (Studi Kasus Mahasiswa STKIP PGRI Ngawi tahun 2012)*. Jurnal Ilmiah STKIP PGRI Ngawi, Vol. 11, No. 1, Hal. 76-86.
- Zahra, M. A. N. (2018). *Pengaruh Promosi Online dengan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Olahan Pisang di Café Gedhang Ganteng Malang*. Skripsi. Malang: Universitas Brawijaya.
- ZAP Clinic dan Markplus, Inc. (2018). *ZAP Beauty Index Agustus 2018*. Dikutip 15 Februari 2019.
- Zulaicha, S.; Irawati, R. (2016). *Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam*. Vol. 4, No. 2, Hal. 125-136.