

DAFTAR PUSTAKA

(Annisyak & Ali, 2025; Azizi et al., 2023; Azrifirwan et al., 2025; Badan Pengawas Obat dan Makanan, 2024; Damaianti et al., 2025; Dewi, 2023; Hidayah & Imron, 2020; Jaelani et al., 2024; Kementerian Agama Republik Indonesia, 2025; Kussudyarsana & Rejeki, 2020; Laily et al., 2022; Lisa'yinni'mah & Dwiyantri, 2018; Munasifah et al., 2025; Nasution et al., 2025; Nurhasanah et al., 2025; Prihatini & Astuti, 2025; Putri et al., 2025; Salsabilla & Fasa, 2024; Sari & Soedjoko, 2024; Sodinah et al., 2024; Suana, 2019; Suchita, 2025; Wahyudi, 2021; Wardhana, 2022, 2024; Wardhana et al., 2022; Wulansari, 2025; Yulfidhar & Dewi, 2014)

Annisyak, W. N., & Ali. (2025). Pengaruh citra merek, strategi pemasaran media sosial, dan minat beli terhadap keputusan pembelian. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 6(1), 225–233. <https://doi.org/10.47065/jbe.v6i1.6766>

Azizi, M., Kusumaningtyas, D. P., Mere, K., Anwar, M. A., & Suyatno, A. (2023). Analisis preferensi konsumen terhadap strategi harga dalam industri retail. *Jurnal Darma Agung*, 31(6), 21–27. <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v31i6.3757>

Azrifirwan, Husna, I. A. S., & Ismanto, S. D. (2025). Identifikasi preferensi konsumen dan pemetaan model bisnis untuk industri teh hijau. *Jurnal Teknologi Pertanian Andalas*, 29(1), 82–91. <https://doi.org/10.25077/jtpa.29.1.82-91.2025>

Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2024). *Pengawasan obat dan makanan selama beredar*. <https://www.pom.go.id/>

Damaianti, I., Prihatiningrum, R. Y., Agrina, C. R., Hadikusumo, R. A., Ismail, A., Augtiah, I., Haryati, R., Prasetyo, A. R., Afiany, F. D., Dwisanto, R. R., Mashuri, D. I., Agustino, L., & Farras, J. I. (2025). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (W. Yuliani (ed.)). Lingkar Edukasi Indonesia.

Dewi, P. L. (2023). *Pengaruh Ketersediaan Fasilitas, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Konsumen Klinik Kecantikan Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Konsumen Klinik Kecantikan Di Kota Bandar Lampung)*. UIN Raden Intan Lampung.

Hidayah, N., & Imron, A. (2020). Gaya hidup konsumtif mahasiswa pengguna perawatan wajah di klinik kecantikan Kota Surabaya (Kajian simulakra, simulasi dan hiperealitas J.P Baudrillard). *Paradigma*, 8(3), 1–12.

<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/9078>

Jaelani, D., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan pengalaman belanja terhadap kepuasan pelanggan pada Tokma Kondang. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(11).

<https://doi.org/10.47467/elmal.v5i11.4692>

Kementerian Agama Republik Indonesia. (2025). *Jumlah penduduk menurut agama*. Satu Data Kementerian Agama RI. <https://satudata.kemenag.go.id/dataset/detail/jumlah-penduduk-menurut-agama>

Kussudyarsana, K., & Rejeki, L. (2020). Pengaruh media sosial online dan media promosi offline terhadap pemilihan merek produk *skincare* dan klinik kecantikan. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 22(1), 1–11. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v22i1.10701>

Laily, I., Rianoor, N., & Gatera, V. (2022). Hubungan Pengetahuan dan Sikap Terhadap Perilaku Pemilihan *Skincare* Wajah melalui Media Sosial pada salah satu Universitas Di Karawang Jawa Barat. *Pharmacon: Jurnal Farmasi Indonesia*, 19(2), 203–212. <https://doi.org/10.23917/pharmacon.v19i2.19261>

Lisa'yinni'mah, & Dwiyantri, S. (2018). Faktor - faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap perawatan wajah (facial) Oxyflash di Klinik Kecantikan Duraskin Surabaya. *Jurnal Tata Rias*, 5(1), 84–92. <https://doi.org/10.26740/jtr.v5n02.15592>

Munasifah, A. S., Saffina, S., Ma'rufa, A. F., & Marlina, L. (2025). Farmasi dan Kosmetik Halal: Konsep, Regulasi, Tantangan, dan Kontribusinya terhadap Industri Halal di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, 3(2), 112–122. <https://doi.org/10.62017/jemb.v3i2.5914>

Nasution, N., Siregar, Z., & Melia, Y. (2025). Analisis Pengaruh Diversifikasi Produk, Kualitas Produk, Harga Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Kopi Wans. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 473–486. <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i1.14764>

Nurhasanah, S., Triuspitasari, Y., & Hidayat, S. (2025). Analisis Perilaku Pembeli Terhadap *Skincare*. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 42–51. <https://doi.org/10.30787/jiemb.v3i1.1859>

- Prihatini, D. A., & Astuti, P. (2025). Pengalaman Belanja Online dan Kualitas Layanan Logistik dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan: Studi Niat Membeli Kembali pada Marketplace Shopee. *Economic Reviews Journal*, 4(2), 376–389.
<https://doi.org/10.56709/mrj.v4i2.667>
- Putri, S. A., Mariam, S., Sutawijaya, A. H., & Ramli, A. H. (2025). Pengaruh kualitas layanan, pengalaman pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(3), 3226–3243. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i3.1717>
- Salsabilla, F. A., & Fasa, M. I. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(5), 7705–7711.
<https://jicnusanantara.com/index.php/jicn/article/view/1338>
- Sari, A. J. D. P., & Soedjoko, D. K. H. (2024). Analisis brand image, kualitas produk dan promosi terhadap loyalitas konsumen Klinik Kecantikan Loris Kediri. *Simposium Manajemen Dan Bisnis III*, 3, 947–955. <https://doi.org/10.29407/tarzjg04>
- Sodinah, F. P., Yulia, E., & Jubaedah, L. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Perawatan Wajah Modern Terhadap Kepuasan Konsumen (studi pada pelanggan wanita dewasa di klinik kecantikan London Beauty Center Jakarta Barat). *Jurnal Adijaya Multidisplin*, 2(3), 464–486. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/jam/article/view/1022>
- Suana, I. (2019). Sistem informasi pada Klinik Kecantikan dr. Inoy Jambi berbasis web. *FORTECH (Journal of Information Technology)*, 3(2), 47–51.
<https://ojs.unh.ac.id/index.php/fortech/article/view/468>
- Suchita, N. (2025). Analisis Customer Value Index Terhadap Preferensi Konsumen Dalam Memilih Atribut Produk Kosmetik Perawatan Kulit (Skincare). *ECo-Buss*, 8(2), 1411–1429. <https://doi.org/10.32877/eb.v8i2.3297>
- Wahyudi, N. A. (2021). Analisis Faktor Faktor Preferensi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Booth Boca. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 4(5), 746–755. <https://doi.org/10.37715/jp.v4i5.1694>
- Wardhana, A. (2022). *Introduction to consumer behavior BTI - Consumer behaviour: Essence, position & strategy* (A. Sudirman (ed.); pp. 1–16). Media Sains Indonesia.
- Wardhana, A. (2024). *Consumer behavior in the digital era 4.0 – edisi Indonesia* (M.

- Pradana (ed.)). Eureka Media Aksara.
- Wardhana, A., Susanto, P. C., Setyawati, C. Y., Pancawati, N. L. P. A., Junaedi, I. W. R., Krisnawati, N., Susanti, D., Mulyana, S., Fahrozi, M., Pasha, T. A. P., Nugraha, K. S. W., & Ulfah, M. (2022). *Consumer behaviour: Essence, position & strategy* (A. Sudirman (ed.)). Media Sains Indonesia.
- Wulansari, R. (2025). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Outlets Worldwide Indonesia. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 5(2), 961–972. <https://doi.org/10.37481/jmh.v5i2.1437>
- Yulfidhar, R. N. G., & Dewi, R. (2014). Minat Konsumen Untuk Perawatan Kulit Wajah Dengan Menggunakan Peralatan Facialelectric Di Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Tata Rias*, 3(3), 1–14. <https://doi.org/10.26740/jtr.v3n03.8376>