

DAFTAR PUSTAKA

- Adonis, M. R., & Silintowe, Y. B. R. (2021a). *Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Y. 1*, 118–138.
- Adonis, M. R., & Silintowe, Y. B. R. (2021b). *Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Y. 1*, 118–138.
- Amanah, R. H. (2022). Pengaruh Brand Personality Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Sebagai Variabel IAdonis, M. R., & Silintowe, Y. B. R. (2021). *Desain produk, kualitas produk, citra merek dan harga produk terhadap keputusan pembelian generasi y. 1*, 118–138.
- Compas.co.id. (2021). *5 Serum Somethinc Terlaris di Shopee Bulan Agustus 2021*. Kompas.Co.Id. <https://kompas.co.id/article/serum-somethinc-terlaris/#:~:text=Total penjualan produk bundle ini,direct message melalui Instagram Kompas>.
- Compas.co.id. (2022). *Data Penjualan Serum: Lagi, Brand Lokal Kokoh Pimpin Pasar Periode 1-15 September!* Kompas.Co.Id. <https://kompas.co.id/article/data-penjualan-serum-brand-lokal/#:~:text=Somethinc mampu mempertahankan posisi pertama,35 ribu produk lebih terjual>.
- Compas.co.id. (2024). *Top 10 Brand Memimpin Nilai Penjualan di Kategori Serum Wajah*. Kompas.Co.Id. https://www.instagram.com/p/C-KrG4mymqo/?img_index=5&igsh=MWFqeno0NW5mYTQ3bw%3D%3D
- Databoks.id. (2024). *Nilai Penjualan E-Commerce di Asia Tenggara Tahun 2024*. Databoks.Id. https://www.instagram.com/databoks.id/p/DBN5JREy6p_/?img_index=2 T,
- Ekowati, D., Sukmarani, W., Susilawati, R., & Irfanudin, T. (2024). Pengaruh

- Brand Image, Desain Produk, Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 3, 62–74.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *Transformasi Data Ordinal Ke Data Interval*. July.
- Jubelio.com. (2024). *Top 10 Produk Terlaris Di Shopee Tahun 2024*. Jubelio.Com. <https://jubelio.com/top-9-daftar-produk-terlaris-di-shopee-2024-paling-banyak-dicari/>
- Marissa, N., Anita, E., & Nofriza, E. (2023). Pengaruh Label Halal, Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Produk Kosmetik Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 2(2), 219–237. <https://doi.org/10.55606/jurrie.v2i2.1814>
- Mybest.com. (2025). *Rekomendasi Skincare Somethinc Terbaik (Terbaru Tahun 2025)*. Mybest.Com. <https://id.my-best.com/137940>
- Norma, A., & Sulisty, B. (2023). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 327–336.
- Nurlina, L. M., & Wulandari, A. (2024). Pengaruh Brand Image, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Somethinc Di Instagram. *Seminar Nasional Manajemen Bisnis*, 2, 406–411.
- Pradana, F., Pardiman, & Dianawati, E. (2023). *Pengaruh Desain Produk, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brand Consina (Studi Kasus Pada Pecinta Alam di Kabupaten Malang)*. 12(02), 2081–2087.
- Rehansyah, F., & Simatupang, L. N. (2023). Pengaruh Desain Produk, Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga

- Merek Adidas (Studi pada Mahasiswa FEB Universitas Satya Negara Indonesia). *Jurnal Manajemen*, 7(2), 20–32.
<https://doi.org/10.54964/manajemen.v7i2.244>
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Zaky, N. S. A., Nugraha, H. S., & Farida, N. (2022). Pengaruh E-Service Quality dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada E-Commerce Shopee). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(1), 70–79.
<https://doi.org/10.14710/jiab.2022.33197>
- ntervening Pada Produk Kosmetik Somethinc. *Komversal*, 4(2), 148–163.
<https://doi.org/10.38204/Komversal.V4i2.1027>
- APJII. (2024). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia).
<https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021a). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian*. 4, 39–50.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021b). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian*. 4, 39–50.
- Compas.Co.Id. (2023). *7 Official Store Kosmetik Wajah Dengan Market Share Tertinggi Di Shopee & Tokopedia*. Compas.Co.Id.
https://www.instagram.com/compas.co.id/p/cyk8MyMSP0G/?img_index=1
- Databoks.Id. (2024). *Indonesia Pasar E-Commerce Terbesar Di ASEAN*. Databoks.Id.
https://www.instagram.com/databoks.id/p/dbn5JREy6p/?img_index=2

- Edo Trismi Raharjo. (2022). *Pengaruh Desain Produk Dan Brand Image Terhadap Keinginan Berperilaku Setelah Pembelian Produk Distro Magnesium 137*. 4(1), 30–40.
- Fadilah Adheyanti Arifin Putri, Nur Hidayati, & M. Tody Arsyianto. (2023). *Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen FEB UNISMA Angkatan 2020)*.
- Fatya, A. C., Ramadhanti, D. U., & Gunaningrat, R. (2024). *Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare “ Skintific .”* 2(1).
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivaiate Dengan Progam SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2017). *Analisis Multivariat Dan Ekonometrika Teori, Konsep, Dan Aplikasi Dengan Eviews 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gnews.Id. (2024). *5 Produk Terlaris Di Shopee 2024, Ikuti Tren Dan Analisis Berikut*. Gnews.Id. <https://www.gnews.id/5-produk-terlaris-di-shopee-2024-ikuti-tren-dan-analisis-berikut/>
- Irawan, A., Handoko, B., & Putra, R. (2022). *Pengaruh Desain Produk, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi Pada UMKM Bang Brew Kota Medan*. 173–182.
- Irawanti, G., Beli, M., & Belakang, L. (2024). *Pengaruh Brand Image , Brand Experience Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Beli Sebagai*. 9(2), 182–192.
- Kiftiah, T., Tarigan, E. D. S. T., Sahir, S. H., & Siregar, D. (2022). *Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*

- (Tupperware Di Jalan Setia Budi). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 3(2), 203–217. <https://doi.org/10.31289/Jimbi.V3i2.1283>
- Lestari, N. K. D., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 137–145.
- MARDIATMOKO, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/Barekengvol14iss3pp333-342>
- Maria, N. S. B., & Widayati, T. (2020). Dampak Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Perilaku Pengguna Media Sosial Dalam Melakukan Transaksi Ekonomi. *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 234–239. <https://doi.org/10.31289/Jkbm.V6i2.3801>
- Marissa, N., Anita, E., & Nofriza, E. (2023a). Pengaruh Label Halal, Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Produk Kosmetik Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 2(2), 219–237. <https://doi.org/10.55606/Jurrie.V2i2.1814>
- Marissa, N., Anita, E., & Nofriza, E. (2023b). Pengaruh Label Halal, Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Produk Kosmetik Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 2(2), 219–237. <https://doi.org/10.55606/Jurrie.V2i2.1814>
- Nasution, E. Y., Hariani, P., Hasibuan, L. S., & Pradita, W. (2020). Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Jesya*, 3(2), 506–519. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V3i2.227>

- Ningtyas, Y. P., & Fauzi, R. U. A. (2023). *Pengaruh Promosi, Motivasi Hedonis, Fomo, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Kota Madiun. September.*
- Norma, A., & Sulisty, B. (2023). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 327–336.
- Nurlina, L. M., & Wulandari, A. (2024). Pengaruh Brand Image, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Somethinc Di Instagram. *Seminar Nasional Manajemen Bisnis*, 2, 406–411.
- Pratiwi, W. S., & Santoso, R. (2024). *Pengaruh Celebrity Endorsement, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc Di Surabaya Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya (Angkatan 2021-2024).* 2(3), 454–474.
- Pusparini, E. T. (2024). *15 Marketplace Online Terbaik Di Indonesia Yang Paling Banyak Dikunjungi.* Mekari Qontak. <https://Qontak.Com/Blog/Marketplace-Online-Di-Indonesia/>
- Putri, A. S., & Zakaria, R. (2020). Analisis Pemetaan E-Commerce Terbesar Di Indonesia Berdasarkan Model Kekuatan Ekonomi Digital. *Seminar Dan Konferensi Nasional IDEC, November*, 1–14.
- Raul Frida Putra, & Neng Siti Komariah. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 18(2), 163–171. <https://doi.org/10.31599/jiam.v18i2.1544>
- Shopee. (2015). *Shopee.* Career.Shopee.Co.Id. <https://help.shopee.co.id/portal/4/article/73401-%5bbaru-di-shopee%5D-apa-itu-shopee>

- Sinaga, R. P. Y. B., & Hutapea, J. Y. (2022). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Review Product Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Wardah Pada Mahasiswa Unai. *Jurnal Intelektiva*, 3(8), 12–25.
- Stoner, J. A. (2017). *Sistem Informasi Manajemen. Dalam E. Rochaety, Sistem Informasi Manajemen. 1*(2), 11.
- Sugiono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*.
- Sumartini, S., Harahap, K. S., & Sthevany, S. (2020). Kajian Pengendalian Mutu Produk Tuna Loin Precooked Frozen Menggunakan Metode Skala Likert Di Perusahaan Pembekuan Tuna. *Aurelia Journal*, 2(1), 29. <https://doi.org/10.15578/Aj.V2i1.9392>
- Syahroni, M. I. (2022). *Prosedur Penelitian. 2*(3), 211–213.
- Sya'idah, E. H. (2020). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 5(3), 204. <https://doi.org/10.32503/Jmk.V5i3.1106>
- Tiara, K. M., Trianadewi, & Tirtayasa, D. (2022). *The Effect Of Store Spatial, Product Variation, Product Design And Service Quality On Repurchasing Interest At Zero Outlet Singaraja. 6*, 68–73.
- Widodo, D. Y. P., & Prasetyani, H. (2022). Penggunaan Shopee Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Jual Produk Sebagai Narahubung Sosial Marketing. *Journal Of Systems, Information Technology, And Electronics Engineering*, 2(2), 12–17.
- Witjaksono, I. A. M. S. S. I. A. D. (2023). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. 1370–1385*.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). *Hipotesis Penelitian Kuantitatif. 3*(2), 96–102.

Zaky, N. S. A., Nugraha, H. S., & Farida, N. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada E-Commerce Shopee). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(1), 70–79.
<https://doi.org/10.14710/Jiab.2022.33197>