

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Warman A.Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008)
- Akhmad Fauzy. *Metode Sampling*. 1 edition, (Banten: Universitas Terbuka, 2019), 2.26
- Arsyad and Megasari, “Analisis Pangsa Pasar Produsen Telepon Seluler ‘Aplikasi Matriks Markov’ (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Palopo),” *Ekonomi Dan Bisnis* 11, no. 1 (2022): 331–41.
- Assael, H., *Consumer Behavior and Marketing Action*, 5th Edition, (Cincinnati, OH: South Western College Publishing, 1995)
- Assauri, S. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Rajawali Press, 2015)
- BPS, “Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin dan Kecamatan di Kota Palopo (Jiwa), 2019-2020” 25 Juli 2024, <https://palopokota.bps.go.id> Badan Pusat Statistik (bps.go.id)
- BPS, “Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis kelamin di Kota Palopo (Jiwa), 2019-2020” 25 Juli 2024 <https://palopokota.bps.go.id/indicator/12/35/1/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kota-palopo.html>
- BPS. “Kepadatan Penduduk (orang/km²), 2022-2024”, 15 Mei 2024. <https://sulsel.bps.go.id/indicator/12/55/1/kepadatan-penduduk.html>
- Derwin Suhartono, S.Kom., Mti., “Markov Chain” *School Of Computer Science, Binus University*, 30 Juni 2013. <https://socs.binus.ac.id> Markov Chain (Binus.Ac.Id)
- Devi Angraini, “Analisis Pangsa Pasar Minuman Teh Dalam Kemasan Dengan Metode Rantai Markov,” 2014.
- Dia Febrina and Ervina Sari, “Brand Lokal Produk Hand and Body Lotion” <https://id.my-best.com/38303>
- Dian Ardhianti and Pradana Jati Kusuma, “Pengaruh Harga Produk, Kualitas Produk, Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Ulang (Body Scrub Scarlett Di Aplikasi Shopee),” *Jurnal Maneksi* 12, no. 4 (2023): 950–62, <https://doi.org/10.31959/jm.v12i4.2026>.
- Halida Kusumahati, Dahlan Fanani, and Sunarti, “Pengaruh Manfaat Utilitarian Dan Hedonis Produk Terhadap Keputusan Perpindahan Merek (Brand Switching) Dari Ponsel Global Ke Smartphone Blackberry (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang),” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 2, no. 1 (2023): 57–64.
- Hiller, & Liberman. “Introduction to Operations Research” 8th edition. (Yogyakarta: Andi, 2005)

- Howard, A., & Rorres, C. *Aljabar Linear Elementer Versi Aplikasi* 8th edition, Vol. 2, Jakarta: Erlangga, 2005
- Iis Sulistilawati et al., “Analisis Pergeseran Pangsa Pasar Produk Make Up Lokal Dengan Menggunakan Metode Markov Chain”: *PRKASDADIK: Prosiding Kecerdasan Artifisial, Sains Data, dan Pendidikan Masa Depan* Vol. 1, No. 1 (2023) 77–79.
- Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*, Edisi 3, (Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021), 107-108
- Joginyanto Hartono, *Metode Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*, (Yogyakarta: Andi, 2018)
- Kemenperin, “Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional 2015 - 2035,” *Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional 2015-2035*, 2015, 1–98.
- Kotler, P., & Keller, K. L. *Manajemen Pemasaran*, 13th edition. (Jakarta: Penerbit Pearson Education, 2019)
- Kuthyar Shesha Madhava Rao and Anjana Ramachandran, “A Markov Approach to Exchange Rate Sentiment Analysis of Major Global Currencies,” *Open Journal of Statistics* 06, no. 06 (2016): 1181–95, <https://doi.org/10.4236/ojs.2016.66096>.
- Mahmud, M. Irfan, *Kota kuno Palopo: dimensi fisik, sosial, dan kosmologi*. Cetakan 1 (Makassar: Masagena Press, 2003)
- Marcus Raiyat, “Cara Menghitung Pangsa Pasar”, [https://id.wikihow.com/Menghitung-Pangsa-Pasar-\(Market-Share\)](https://id.wikihow.com/Menghitung-Pangsa-Pasar-(Market-Share))
- Muhammad Alwi, Muh. Ruslan Abdullah, Muhajirin, Busrah., “The Concept of Blessing in the Islamic Business Ethics Paradigm,” *LAA MAISYIR: Jurnal Ekonomi Islam*, 2023, 257–73, <https://doi.org/10.24252/lamaisyir.v10i2.39056>.
- Fasiha, Muhammad Yusuf, Humiras Betty Marlina Sihombing, Mujahidin, Ana Rachid Chenini., “The Effect of Product and Service Quality on Consumer Loyalty at Palopo Minimarkets,” *IKONOMIKA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 7, no. 2 (2022): 177–92, <https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/ikonomika>.
- Mukti Fajar Nur Dewata, “Problematika Pengukuran Pangsa Pasar,” *Jurnal Yudisial* 10, no. 3 (2017): 295, <https://doi.org/10.29123/jy.v10i3.287>.
- Muliyati Gugutu, Djoni Hatidja, and Yohanes A. R. Langi, “Analisis Rantai Markov Untuk Mengetahui Peluang Perpindahan Merek Kartu Seluler Pra Bayar GSM (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Pertanian Unsrat Manado),” *Jurnal MIPA* 2, no. 1 (2022): 23.

- Nawiyah Nawiyah et al., “Penyebab Pengaruhnya Pertumbuhan Pasar Indonesia Terhadap Produk Skin Care Lokal Pada Tahun 2022,” *ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin* 1, no. 12 (2023): 1390–96, <https://doi.org/10.55681/armada.v1i12.1060>.
- Nia Yuniarsih et al., “Review Article: Body Lotion Dari Berbagai Ekstrak Tanaman,” *Journal of Pharmaceutical and Sciences* 6, no. 2 (2023): 810–15, <https://doi.org/10.36490/journal-jps.com.v6i2.142>.
- Nirwati Rusli and Fransisca Pandean, “Formulasi *Hand And Body Lotion* Antioksidan Ekstrak Daun Muda Jambu Mete (*Anacardium Occidentale L.*),” *Warta Farmasi* 6, no. 1 (2017): 57–64, <https://doi.org/10.46356/wfarmasi.v6i1.72>.
- Noni Nofiyah, Putriaji Hendikawati, and Scolastika Mariani, “Analisis Markov Chain Untuk Forecasting Pangsa Pasar Handphone Dan Pemrogramannya,” *Unnes Journal of Mathematics* 2, no. 2 (2013): 110–15.
- Nurma Aliyuwaningsih, I Wayan Sumarjaya, And I Gusti Ayu Made Srinadi, “Analisis Perpindahan Penggunaan Merek Simcard Dengan Pendekatan Rantai Markov,” *E-Jurnal Matematika* 7, no. 1 (2018): 56, <https://doi.org/10.24843/mtk.2018.v07.i01.p185>.
- Oxford Learner’s Dictionaries. 2019. Oxford University Press. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/skincare?q=skincare>
- Perwitasari, N. H., & Putsanra, D. V., 19 September 2019. “Mengenal Arti Skincare dan Tahapan Merawat Kulit. Gaya Hidup.” <https://tirto.id/mengenal-arti-skincare-dantahapan-merawat-kulit-eimA>
- Peter & Olson. “Consumer Behavior and Marketing Strategy” 6th edition. (New York: McGraw-Hill, 2002)
- Portal Resmi Pemerintah Kota Palopo, “Geografis Kota Palopo” <https://palopokota.go.id> Portal Resmi Pemerintah Kota Palopo (palopokota.go.id)
- Portal Resmi Pemerintah Kota Palopo, “Sejarah Singkat Terbentuknya Kota Palopo” <https://palopokota.go.id/page/sejarah> Portal Resmi Pemerintah Kota Palopo (palopokota.go.id)
- Priyanka, D. “5 Alasan Mengapa Anda Perlu Menggunakan Skin Care Sejak Dini.”, 16 April 2019. <https://journal.sociolla.com/beauty/alasanperlu-menggunakan-skin-care-sejak-dini/>
- Putri Kurniawati, “Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handbody Citra Di Bandar Lampung,” *Universitas Nusantara PGRI Kediri* 01 (2017): 1–7.
- QS. An-Nisa : 29 <https://quran.kemenag.go.id> Qur’an Kemenag
- QS. Taha : 124-125. <https://quran.kemenag.go.id> Qur’an Kemenag

- Ridho Fachrozie et al., “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Memasuki Pemasaran Global (Studi Kasus : MS Glow),” *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)* 2, no. 2 (2022): 3809–16.
- Rogers, Everett M., *Diffusion of Innovations*, 3rd edition. (New York: Free Press, 1983)
- Ross, S. M. “Introduction to Probability Models” 9th Edition. (San Diego: Hartcourt Academic Press, 2007)
- Rudy Aswin, “Penentuan Peluang Transisi t Langkah Dalam Rantai Markov Dan Penerapannya Di Bidang Pertanian,” 2010.
- Schiffman, Leon G. and Leslie L. Kanuk., *Consumer Behavior*, 5 th Edition, (Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, Inc., 1994)
- Seng Hansen, et. al. *Etika Penulisan: Teori dan Praktik* (Jakarta: Podomoro University Press, 2023)
- Sherli, Lilik Noor Y, Nur Hasanah, “Pengaruh Beauty Influencer Dan Perceived Price Fairness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare,” *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen* 9, no. 1 (2023): 305–17, <https://doi.org/10.17358/jabm.9.1.305>.
- Sidik Priadana, Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Cetakan 1, (Tangerang: Pascal Books: 2021)
- Siska Febriyani, “Pengaruh Kepribadian Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Scarlett Whitening Body Lotion,” *International Journal of Technology* 47, no. 1 (2023): 100950
- Siswanto. *Operations Research* Jilid 2. Jakarta: Erlanga. 2007.
- Siti Akmalisyah Sanayah, “Pengaruh Brand Image, Product Quality Dan Brand Trust Terhadap Repurchase Intention (Survei Pada Konsumen Hand & Body Lotion Marina Di Kota Bandung),” *Galang Tanjung* 8, no. 2 (2015): 1–9.
- Sudirman, Marilyn, Ayunda, etc., *metode peneltian 1*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Edisi 1, (Bandung: Alfabeta, 2010)
- Susan M. Keaveney, “Customer Switching Behavior in Service Industries: An Exploratory Study,” *Journal of Marketing* 59, no. 2 (1995): 71, <https://doi.org/10.2307/1252074>.
- Swastha. “Manajemen Pemasaran” 2 edition. (Jakarta: Liberty, 2002)
- Syamsudin dan Damaianti. *Metode penelitian pendidikan bahasa*. (Bandung: remaja rosdakarya), 2011
- Thpanorama, “Jenis, Indikator, Cara Menghitung dan Contoh Pangsa Pasar”, <https://id.thpanorama.com/articles/economa> diakses pada 10 Juni 2024.
- Titik Sri Mardiasih, “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasar” 2, no. 1 (2019): 1–10.

- Van Trijp, Hans C.M.; Wayne D. Hoyer; and J. Jeffrey Inman, "Why Switch? Product Category-Level Explanations for True Variety-Seeking Behavior," *Journal of Marketing Research*, August 1996, pp.281- 292
- Wifka Rahma Syauki and Diyah Ayu Amalia Avina, "Persepsi Dan Preferensi Penggunaan Skincare Pada Perempuan Milenial Dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran," *Jurnal Manajemen Komunikasi* 4, no. 2 (2020): 42, <https://doi.org/10.24198/jmk.v4i2.25719>.
- Wiwik Retnaningsih, "Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek," *DiE: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen* 6, no. 2 (2010): 91–104, <https://doi.org/10.30996/die.v6i2.131>.
- Yakub, R. 2008. *Dinamika Pada Rantai Markov dengan Dua Komponen*. Skripsi Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Sumatera Utara. Medan.

