

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Amruddin, Priyanda, R., Agustina, T. S., Ariantini, N. S., Rusmayani, N. G. A. L., Aslindar, D. A., Ningsih, K. P., Wulandari, S., Putranto, P., Yuniati, I., Untar I., Mujiani, S., & Wicaksono, D. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif* (F. Sukmawati (ed.); Vol. 4, Nomor 1). Pradina Pustaka.
- Ariella, R. I. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid. *PERFORMA : Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 215–221.
- Arviana, N., & Ruswidiono, R. W. (2018). Pengaruh Rekrutmen, Seleksi, Dan Pelatihan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan. *E-Jurnal Manajemen Trisakti School of Management (TSM)*, 2(3), 61–70. <https://doi.org/10.34208/ejmtsm.v2i3.1587>
- Azizah, S N, Berlentina Permatasari, E. S. (2022). Pengaruh Penerapan Absensi Fingerprint Terhadap Disiplin Kerja Aparatur Sipil Negara Pada Bagian Pengadaan Barang/Jasa Sekretariat Kota Bandar Lampung. *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 2(1), 67–77.
- Christine, D., Wijaya, J., Chandra, K., Pratiwi, M., Lubis, M. S., & Nasution, I. A. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Total Arus Kas dan Ukuran Perusahaan terhadap Financial Distress pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdapat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 340–350. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.102>
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Guepedia.Fitri Alamsyah, W., & Tanjung, Y. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Skincare Ms Glow. *Jurnal Ekonomi Bisnis Digital*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.59663/jebidi.v2i1.163>

Fraya, V. (2023). Pengaruh E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Dimediasi Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Pada Indomaret Cabang Mandala By Pass. *Junal Ilmiah Metadata*, 5(2), 350–372.

Goeliling, A., Devi, N. N., Goeliling, A., Sahabuddin, R., Arimbawa, A. P., Rahman, F. A., Muhammad, A. F., Makassar, U. N., Sahid, P., Tinggi, S., Ekonomi, I., Dharma, T., & Makassar, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific. *Seminar Nasional Teknologi Dan Multidisiplin Ilmu (SEMNASTEKMU)*, 3(2), 49–61. <https://doi.org/10.51903/semnastekmu.v3i2.225>

Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen. *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*, 1(2), 14–23. <https://doi.org/10.15642/manova.v1i2.350>

Hidayat, M. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Di Kota Gresik. *Performa*, 6(4), 360–369. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i4.2558>

Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press Jovita

Kusumaningtyas, JK and Mudayat, M (2023) Pengaruh Media Promosi Online, Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cozy Arimbi Eatery Pada Pt. Jaya Kirana Samudra Wibowo. Diploma thesis, STIA Manajemen dan Kepelabuhan Barunawati Surabaya.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana & W. Hardani (ed.); 13 ed.). Erlangga.

Kusumaningtyas, J., & Mudayat. (2023). Pengaruh Media Promosi Online, Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Cozy Arimbi Eatery Pada PT. Jaya Kirana Samudra Wibowo.

Lengkawati, A. S., & Saputra, T. Q. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Elzatta Hijab Garut). *Prismakom*, 18 (1)(1), 33–38.

Lesmana, I. S., Bahits, A., & Adiswanse, J. (2022). Promosi Dan Fasilitas Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Persada Banten. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 515–525. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.590>

Permata, A., & Bhakti, Y. B. (2020). Keefektifan Virtual Class dengan Google Classroom dalam Pembelajaran Fisika Dimasa Pandemi Covid-19. 4(1), 27–33.

Pradiatiningtyas, D. (2020). Preferensi dan keputusan pembelian konsumen pada aplikasi belanja online saat pandemi covid 19. *Journal Speed – Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi*, 12(3), 38–45.

Pramana, M. Z. R., Winarno, S. T., & Amir, I. T. (2023). Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sayuran Melalui Pendekatan Theory of Planned Behavior (Studi Kasus di Pasar Modern Cirtaland, Surabaya). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 86. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i1.2853>

Pramuswari, I., & Kristiawati, I. (2023). Pengaruh Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Dimoderasi Pengalaman Belanja Produk Fashion Tiktokshop. *STIA dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati Surabaya*.

Pratiwi, C. S., & Sidi, A. P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Body Whitening. *Jurnal Ekonomi*, 18(1), 192–204.

Putri Diana, Salim Agus, & Athia Ita. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang). *Jrm*, 12(02), 2361–2370.

Rahmawan, G., & Hidayat, R. (2020). Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada pengguna tokopedia. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 227–232. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>

Saidani, B., Lusiana, L. M., & Aditya, S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Website dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang pada Pelanggan Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(2), 425–444.

Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Uniqlo Universitas Telkom. e-
Proceeding of Management, 8(2), 1361–1368.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/viewFile/14809/14586>

Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). Perilaku Konsumen. In Jakarta: Indeks.
Setiyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. (2015). Prinsip-Prinsip Pemasaran.
ANDI.

Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif.

Astuti, R. Y., & Rinaldi, R. (2019). Hubungan Antara Brand Image dengan
Loyalitas Konsumen Produk Lipstik Wardah. Jurnal Riset Psikologi, 2019(3), 1–
12.

Authors, & Gunawan, F. S. A. C. (2017). Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga
Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota
Padang. <https://osf.io/preprints/inarxiv/npjqh/>

Azahari, A., & Hakim, L. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan
Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Manajemen,
Organisasi, Dan Bisnis Universitas Riau Kepulauan, 1(4), 553–564.

bibli. (2022). liptint implora lengkap harga terbaru oktober 2022. Bibli.Com.
[https://www.bibli.com/jual/liptint-implora#:~:text=Gratis Ongkir Paket
Implora Lipcream Dan Liptint Rp111.200,Es Krim Bibir Merah Pink Maroon
Marun Rp25.344](https://www.bibli.com/jual/liptint-implora#:~:text=Gratis Ongkir Paket Implora Lipcream Dan Liptint Rp111.200,Es Krim Bibir Merah Pink Maroon Marun Rp25.344)

swastha, B. (2006). Manajemen pemasaran modern (2nd ed.). Yogyakarta liberty.
Syamsidar, R., & Soliha, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga,
Citra Merek dan promosi terhadap proses Keputusan Pembelian. Jurnal Bisnis
Dan Ekonomi, Vol.26(2), 146–154.

Probosini, D. A., Hidayat, N., & Yusuf, M. (2021). Pengaruh Promosi dan Brand
Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Market Place X dengan
Brand Image sebagai Variabel Intervening. Jurnal Bisnis , Manajemen, Dan
Keuangan, 2(2), 445–458.

Rachman, B. J., & Santoso, S. B. (2015). Analisis pengaruh desain produk dan promosi terhadap kemantapan keputusan pembelian yang dimediasi oleh citra merek (studi pada customer distro jolly roger semarang). *Diponegoro Journal*

of Management, 4(1), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

Rizky, ayuningtyaz. (2016). analisis pengaruh promosi, desain produk, dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel intervening. *Manajemen*, 2, 978-979-3649-3696.

Nuraini, A., Maftukhah, I., & Artikel, I. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek pada Kosmetik Wardah di Kota Semarang. *Management Analysis Journal*, 4(2), 171–179

Rahmah, N., Kara, M. H., Bakry, M., & Muin, R. (2021). Effect of Service Quality on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening Variable in Shariah Hotel (Study at Pesonna Hotel in Makassar , South Sulawesi).*International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 8(4), 224–232 <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v8i4.2479>

aputra, F. I. (2019). Kualitas layanan, citra dan pengaruhnya terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan (studi pada PT Bank BNI 46 sentra kredit kecil Surabaya). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 11(3), 445–457.