

DAFTAR PUSTAKA

- Abimanyu, R., & Hermana, C. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Cashback Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Januari, 9(1), 398–408. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7545920>
- Aditya &, Krisna (2021). Riset Populer Pemasaran Jilid 1. CV Budi Pustaka
- Alma, Buchari. (2018). Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa. Bandung:Alfabeta.
- Amirullah. 2021. Prinsip – Prinsip Manajemen Pemasaran, Disusun Sesuai Rencana Pembelajaran Semester. Indomedia Pustaka. Sidoarjo
- Anggelina, R. T., & Sanjaya, V. F. (2019). Analisis Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kesadaran Merek Sebagai Variabel 2(2), 1–8. <http://eprints.undip.ac.id/74847/>
- Ari Setyaningrum. (2015). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Assauri, Sofjan. (2019). Manajemen Pemasaran; Dasar, Konsep & Strategi. Rajawali Pers. Depok.
- Basri, H. (2015). Jejak Manajemen Modern. *Al-Munzir*, 8(1), 15.
- Databoks.katadata.co.id. (2024). 5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023. Dapat diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/10/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>. Diakses pada 17 maret 2024. Pukul 14.06 WIB.
- Dian, S., Siahaan, N., & Putriku, A. E. (2021). Analisis Pengaruh Harga , Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. 2(2), 31–35.
- Dianamurti, I. T., & Damayanti, D. (2023). Harga , Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan , dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Matahari Plaza Ambarrukmo Yogyakarta Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. 10.
- Eliana, B. V. C. (2024). Pengaruh Merek, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Hair Care Makarizo. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(2), 770–786. www.topbrand-award.com
- Fauziah, Y., Dwikotjo Sri Sumantyo, F., & Ali, H. (2023). Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 48–64. <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1.118>
- Feby Mulandari, A., Ula Ananta Fauzi, R., & Murniyati, D. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Social Media Marketing, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening Di Kota Madiun (Studi

- kasus pada pengguna Scarlett Whitening Kota Madiun). September.
- Firmansyah, Anang. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish Publisher : Yogyakarta
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares: Konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan program smart PLS 3.0 (2nd ed.)*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Gu, Q., Li, M., & Kim, S. (Sam). (2021). The role of nostalgia-evoking stimuli at nostalgia-themed restaurants in explaining benefits, consumption value and post-purchase behavioral intention. *International Journal of Hospitality Management*, 96(April), 102955. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102955>
- Gultom, N. C., & Tamengkel, L. F. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Ingat Kopi Kota Sorong. 3(4).
- Hair. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). 390.
- Hamid, R. S. et al. (2023). *Manajemen Pemasaran Modern*. Jambi : PT sonpedia publishing indonesia.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta.*, 21(134), 31–38.
- Hikmah, J. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel Dan Paradigma Penelitian Nikmatur Ridha. 14(1), 62–70.
- Hsu, C. L., Chang, C. Y., & Yansritakul, C. (2017). Exploring Purchase Intention Of Green Skincare Products Using The Theory Of Planned Behavior: Testing The Moderating Effects Of Country Of Origin And Price Sensitivity. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34(September 2016), 145–152. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.10.006>
- Irawan, Daniel et al. (2015). Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Di Restoran Ikan Bakar Cianjur Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*. Vol. 3, No. 2, Hal: 475-488.
- Khairunnisa, N., Nurafiah, S., Ekonomi, F., Gunadarma, U., Ekonomi, F., & Gunadarma, U. (2021). Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Ms Glow (Studi Kasus Customer Ms Glow Di Kota Bekasi). 49–66.
- Musyadat Cholil, Akmal. (2020). 150 Brand Awareness Ideas. Quadrant. Yogyakarta.
- Ningrum, M. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Iqtishadequity Jurnal Manajemen*, 2(1), 23–35. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i1.549>

- Pardede, R. (2017). Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk. *Journal of Business & Applied Management*, 10(1), 55–79.
- Poespa, A. A. R., Cahyono, R., & Martah, V. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lotion Marina. *IQTISHA Dequity Jurnal MANAJEMEN*, 3(1), 212. <https://doi.org/10.51804/iej.v3i1.931>
- Pradana, U. N. K. (2022). Pengaruh kualitas produk, brand ambassador, harga terhadap keputusan pembelian Nature Republic. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(6), 2279–2291.
- Putri, K. Y. (2018). Gambaran Theory of Planned Behavior Pada Perilaku Sarapan Pagi Tahun 2017. *Jurnal PROMKES*, 6(1), 80. <https://doi.org/10.20473/jpk.v6.i1.2018.80-92>
- Renwarin, J. M. J. (2019). The Evaluation Of Sales Promotion In Jakarta Retail Business. *Jurnal Manajemen*, 23(2), 191. <https://doi.org/10.24912/jm.v23i2.471>
- Riantono, I. E. (2014). Pengelolaan Manajemen Modern dalam Mewujudkan Good Corporate Governance: Optimalisasi Pencapaian Tujuan Perusahaan. *Binus Business Review*, 5(1), 315. <https://doi.org/10.21512/bbr.v5i1.1219>
- Riduwan. (2014). Metode & Teknik Penyusunan Proposal Penelitian. *Jurnal Alfabeta*, 90-92.
- Rifqi Suprpto dan M. Zaky Wahyudin Azizi (2020), Buku Ajar Manajemen Pemasaran, Penerbit Myria Publisher, Ponorogo
- Safitri, D. D., & Patrikha, F. D. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan di Online Marketplace (Studi Pada Konsumen di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 1020–1026. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/36016>
- Said, H.M., & Latief, F. (2024). *Manajemen Pemasaran Modern Di Era Industri 4.0*. Makassar: Nobel Press.
- Sedarmayanti. (2012). Good Governance “Kepemerintahan Yang Baik” & Good Corporate Governance “Tata Kelola Perusahaan Yang Baik” Bagian Ketiga Edisi Revisi (B. C. M. Maju (ed.)). Bandung CV.Mandar Maju.
- Setiadi, Nugroho J. (2015). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenada media Group.
- Shao, X. F. (2017). Free or calculated shipping: Impact of delivery cost on supply chains moving to online retailing. *International Journal of Production Economics*, 191(June), 267–277. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2017.06.022>
- Siregar, Syofian. (2016). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*. Depok: Rajagrafindo Persada.
- Statista.com. (2024). jumlah pengguna e-commerce di Indonesia pada tahun 2020

- hingga 2029 (dalam jutaan). Dapat diakses dari <https://www.statista.com/forecasts/251635/e-commerce-users-in-indonesia>. Diakses pada 22 maret 2024. Pukul 21.45 WIB.
- Stepchenkova, S., & Li, X. (2014). Destination image: Do top-of-mind associations say it all? *Annals of Tourism Research*, 45, 46–62. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.12.004>
- Sunyoto, D., dan Susanti, F. E. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Caps (Center for Academic Publishing Service), Yogyakarta.
- Suryani dan Hendryadi. 2016. *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Suwitho. (2022). *Manajemen Pemasaran Modern 2 (Lanjutan)*. Kaliwedi : Wawasan ilmu.
- Swastha, Basu. (2015). *Manajemen Penjualan*. Edisi 3. Yogyakarta : Anggota Ikatan Penerbit Indonesia(IKAPI).
- Tan, W. K., & Chen, B. H. (2021). Enhancing Subscription-Based Ecommerce Services Through Gambled Price Discounts. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61(October 2020), 102525. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102525>
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- Top brand award. (2024). Hasil komparasi brand kategori perawatan pribadi dengna sub kategori vitamin rambut. Dapat diakses dari https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=1&id_subkategori=286&tahun_awal=2020&tahun_akhir=2024&brand1=Dove&brand2=Ellips&brand3=Makarizo&brand4=Miranda&brand5=Rudy%20Hadisuwarno Diakses pada 21 maret 2024. Pukul 19.23 WIB.
- Virena, A. R., & Renwarin, J. M. J. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli dengan Kualitas Pelayanan sebagai Moderator. *Kalbisiana*, 8(3), 2744–2760.