

DAFTAR PUSTAKA

- Abzari, M., Ghassemi, R. A., & Vosta, L. N. (2014). Analysing the Effect of Social Media on Brand Attitude and Purchase Intention: The Case of Iran Khodro Company. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 143, 822–826. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.483>
- Agus Sriyanto, Aris Wahyu Kuncoro, Agus Sarsito, & Kartini Istikomah. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018). *Ekonomika Dan Manajemen*, 8, 21–34.
- Al Hafizi, & Ali Hapzi. (2021). *Purchase Intention And Purchase Decision Model: Multi Channel Marketing And Discount On Medcom.Id Online News Portal*. 2(3). <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i3>
- Alghifari, A. Y., & Rahayu, T. S. M. (2021). Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee: Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto. *Manajemen*, 15.
- Anggita, R., & Ali, H. (n.d.). *Scholars Bulletin The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District)*. <https://doi.org/10.21276/sb>
- Ardy, & Nugroho. (2022). Pengaruh Brand Image, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Emina Cosmetics di Bravo Swalayan Bojonegoro. *Ilmiah Indonesia*, 7.
- Azahra, F., & Hadita. (n.d.). *Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Intervening Minat Beli Kfc Golden City Bekasi Di Sosial Media Instagram*.
- Azwar Saifudin. (2017). *Metode Penelitian*. Pustaka Belajar.
- Dewi, S. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Handphone Terhadap Minat Beli Konsumen Di Toko Pinem Ponsel Tanjung Langkat*. 2(2).
- Diana Putri Aristamia, M. Agus Salim, & Ita Athia. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang)*.
- Dwi, D. M. L., Pradiani, T., & Rachmawati, I. K. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Diskon, Dan Keputusan Pembelian Online Maharani Prima Skin Care Di Blitar*.
- Dyah Ayu Rara Sukmawati, Muhammad Maathori, & Achmad Marzuki. (2022). Pengaruh

- Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc (Studi pada Konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta). In *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Wiya Wiwaha* (Vol. 2, Issue 2).
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. In *Jurnal Wawasan Manajemen* (Vol. 7, Issue 1).
- Fauziah, D., Ali, H., Haymans Manurung, A., & Author, C. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Skintific (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)*. <https://doi.org/10.38035/jsmd.v1i4>
- Fauziah, Y., Dwikotjo, F., Sumantyo, S., & Ali, H. (2023). Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *JKIS*, 1(1). <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1>
- Hadita. (2019). Promosi Dan Harga pada Kepuasan Pelanggan Restoran Fast Food. *Ekspektra : Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 25–38. <https://doi.org/10.25139/ekt.v3i1.1431>
- Hadita, Widjanarko, & Hafizah. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Smartphone Terhadap Keputusan Pembeliandi Masa Pandemic Covid19* (Vol. 20, Issue 3). <http://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/JKI>
- Hair, Babin, & Anderson. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning EMEA.
- Harita Ernawati. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Di Ud. Rendah Hati Kecamatan Teluk Dalam. *Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 5. <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/jim>
- Imam Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivarete Dengan Program IBM SPSS 23* (Cet. ke 8). Universitas Diponegoro.
- Imam Ghozali, & Hengky Latan. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0,-2/E* (vii). Badan Penerbit Undip.
- Irsyad Bintang, & Sukma Rivera. (2023). Intermediasi Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Dan Citra Merek. *International of Tourism and Education*, 7.
- Khotimah Harahap, L. (n.d.). *Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square)*.
- Kotler, & Amstrong. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*

- (Global Edition). Pearson Education Limited.
- Kotler, & Armstrong. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh* (7th ed.). 2018.
- Kotler, & Keller. (2015). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, Phillip, & Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran : Vol. Jilid 1 & 2* (12th ed.). PT. Indeks.
- Lia, P., Anggarani, P., Agung, A., Agung, P., Cempaka, N. P., & Atmaja, D. (n.d.). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame*.
- Marcellino Yanuar. (2023). Pengaruh Promosi, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Somethinc Di Shopee. *Manajemen*.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Economina*.
- Novianti, & Asron Saputra. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Minat Beli dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Victoria Tiban*. 6.
- Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). *Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literatute Review Manajemen Pemasaran)*. 3(2). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2>
- Putra Aditanaya, I., & Sudana, K. (2022). Pengaruh Lokasi dan Minat Beli Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Daerah Sanur Tahun 2021. *Arthaniti Studies*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7129233>
- Putri, L., & Wandebori, H. (n.d.). *Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention In Indonesia Based On Online Review*.
- Putri Sukma Tari, & Hartini. (2021). Pengaruh Minat Beli, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Boba (Studi Kasus Pada “Your Boba” Di Kecamatan Empang). *Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, 4.
- Rambat Lupiyoadi, & Hamdani. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa* (3rd ed.). Salemba Empat.
- Sabaruddin, R., Adatul Adawiah, R., Muldani, V., Hidayatullah, S., & Jawa Barat, P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen PT. Mahkota Sukses Indonesia (Studi Kasus pada Konsumen PT. Mahkota Sukses Indonesia di Parepare). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(3).
- Setyawati, D., Oktafani, F., & Telkom, U. (2018). Stie Mandala Jember 107 Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Skincare Scarlett Whitening Pada Official Store Scarlett Whitening Di Shopee. In

Jurnal Ekonomi (Issue 2).

- Sriyanto Agus, & Kuncoro Aris Wahyu. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018). *Ekonomika Dan Manajemen*.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (21st ed.). 2015.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif , Kualitatif, dan R&D* . Alfabeta .
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (cet. 26.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D* . ALFABETA.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif* . Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif* . Alfabeta.
- Suhardi, Y., Zulkarnaini, Z., Burda, A., Darmawan, A., & Klarisah, A. N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 31–41. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.718>
- Sujarweni, & V. Wiratna. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi: Pendekatan Kuantitatif*. Pustaka Baru Press.
- Sujarweni V. Wiratna. (2022). *Metodologi Penelitian* . Pt.Pustaka Baru.
- Supriyadi, M. E., & Hadijah, S. F. (n.d.). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Kemasan Produk Terhadap Minat Beli Produk Skincare Somethinc* (Vol. 2, Issue 2).
- Swastha Basu, & Irawan. (2017). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Syauqina Hanifah, Budi Wahono, & M. Khoirul ABS. (n.d.). *Pengaruh Label Halal, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Angkatan 2019 Universitas Islam Malang)*.
- Taqiyya, Q., Simarmata, P., Husniati, R., Ekonomi dan Bisnis, F., & Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, U. (n.d.). *Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Wardah Pada Mahasiswa Di Dki Jakarta*. www.paragon-innovation.com
- Tia, & Ambardi. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare The Originote. In *Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT)* (Vol. 4, Issue 2). <https://doi.org/>
- Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Andi.

- Ugeng, Veta Lidya, & Ardiyansyah. (n.d.). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer)*.
<https://ejournals.umma.ac.id/indeks.php/point>
- Widjanarko, W., & Saputra, F. (n.d.). *Analisis Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pelanggan terhadap Voucher Gratis Ongkos Kirim E-Commerce Shopee Indonesia*.
<https://doi.org/10.31933/jimt.v4i5>
- Yohana Dian Puspita, & Ginanjar Rahmawan. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier. *Sinar Manajemen*.
- Zahra Keviana Fatmanissa, Listyorini Sari, & Pinem Robetmi Jumpakita. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser, Electronic Word Of Mouth, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Koesmetik Wardah di Kota Semarang). In *Jurnal Administrasi Bisnis: Vol. X*.

