

DAFTAR PUSTAKA

- Alda Octavia Lestari, & Sri Nawangsari. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Keragaman Produk Dan Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Make Over (Studi Kasus Pada Konsumen Wanita Di Jabodetabek). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 3(2), 153–166.
<https://doi.org/10.56127/jaman.v3i2.848>
- Allya Ramadhina, & Mugiono, M. (2022). Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(1), 59–67.
<https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.1.1.21>
- Amalia, A. P., & Farida, S. N. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Aneka Dodolan Kauman Di Kota Blitar Utilization Of Instagram Social Media As A Promotional Media For Aneka Dodolan Kauman In Blitar City. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 107– 114.
- Ango, F. F., Tawas, H. N., & Mandagie, Y. (2023). Pengaruh Suasana kafe, Kualitas Produk, Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Kafe UpCoffee Manado. *Jurnal EMBA*, 11(1), 1171–1177.
- Aunillah, N., & Himawan, A. F. I. (2023). Pengaruh E-Commerce Shopee, Kualitas Produk dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Snack. *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 2(2), 108.
<https://doi.org/10.30595/jmbt.v2i2.15254>

Baidowi, M. . (2021). Pengaruh Strategi E-Marketing Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Kompetitif*, 10(1).
<https://doi.org/10.52333/kompetitif.v10i1.751>

Firdaus, I. Z., Purwoko, P., & Setyawan, R. R. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Distribusi Dan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1466–1478.
<https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2491>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana & W. Hardani (eds.); Ed. 13). Erlangga.

Nabillah, A. Z., Taruna, H. I., & Warsono. (2023). Pengaruh Media Sosial Promosi, Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Skincare Somethinc (Studi Kasus Pada Gen-Z Di Jabodetabek). *J-ADBIS : Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2), 64–73.

Nilta Putri Wahyuning, Yufenty Oktaviani, M. T. G. (2024). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tiktok di Kota Pasuruan. *Jurnal Neraca Manajemen, Ekonomi*, 7(8).

Priyanto, R. (2024). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Toko Prahasta Purbalingga. *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 3(2), 898–906.

Rachma Damayanti, A., Karimah, H., Abidin Yunus, N., Zahra Putri Setyo Wati, A., Faiz Ferdi Rahman, M., Putri Maharani, C., & Mulyanti, K. (2024).

Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Bittersweet
By Najla. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 6(10).

Rizqina, R. R. N., & Wikartika, I. (2024). Integrasi Sosial Media Dalam Strategi Digital Marketing Sebagai Wadah Promosi Bisnis Kudapan Nini. *Jurnal Sosial & Abdimas*, 6(1), 11–18. <https://doi.org/10.51977/jsa.v6i1.1444>

Runtu, N. megawati, Palandeng, I. D., & Sumarauw, J. S. B. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas terhadap daya saing objek wisata pulau tiga desa pasir putih kabupaten bolaang mongondow. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(4), 633–641. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i4.49741>

Sabar, M., & Moniharapon, S. (2022). Pengaruh Media Sosial, Celebrity Endorser, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Ms Glow Di Kota Manado the Influence of Social Media, Celebrity Endorser, and Product Quality on Consumer Purchase Interest of Ms Glow Products in Manado Ci. *Poluan 422 Jurnal EMBA*, 10(4), 422–433.

Setyaningsih, F. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 221–230. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4233>

Sumarsid, & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867>

Triadi, D., & Darnita, C. D. (2021). Strategi Membangun Brand Image dan Promosi dengan Sosial Media pada UMKM Jawet Sama Arep. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(2), 326–348.
<https://doi.org/10.47668/pkwu.v9i2.241>

Utami, N. R., & Vildayanti, R. A. (2024). Pengaruh Brand Awareness, Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Skincare Azarine di Dan+Dan Pasar Jombang Ciputat Kota Tangerang Selatan. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(6), 1289–1301.
<https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i6.5133>

