

DAFTAR PUSTAKA

- Dayanti, R. M. A. (2021). Pengaruh kemasan dan lokasi usaha terhadap keputusan pembelian konsumen pada bisnis rintisan sesari base. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 6(5), 439-444.
- Devi. 2023. "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Followers Instagram @Wardahbeuty Dalam Pembelian Produk Wardah." *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim*.
- Harto *et al.*, "Peran Promosi, Eco Friendly Kemasan Dan Harga dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pelanggan Produk Ritel Kopi Susu," *J. Kewarganegaraan*, vol. 6, no. 3, pp. 5223–5228, 2022.
<http://eprints.polsri.ac.id/12076/3/FILE%203.pdf>
<https://digilib.polban.ac.id/files/disk1/98/jbptppolban-gdl-octavianus-4873-3-bab2--3.pdf>
- Khoziyah, Siti, dan Evawani Elysa Lubis. 2021. "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram @KPopConnection." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10(1): 39–50.
- Maryati, M. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Nafsiah, R. Ula Ananta Fauzi, and H. Setiawan, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain Kemasan, dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Brand Skincare Scientific (Studi Kasus Pada Konsumen di Kota Madiun)," *Semin. Inov. Manaj. Bisnis dan Akuntan*. 5, no. September, 2023.
- Nainggolan, R. (2020). Pengaruh Product dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Kukki Deli Dengan Pemasaran Online Sebagai Variabel Mediasi.
- Nurdin, "Pengaruh Strategi Pemasaran Islami Terhadap Keputusan Pembelian Thrifting di Instagram pada Masyarakat Surabaya," *Nomicpedia J. Econ. Bus. Innov.*, vol. 1, no. 2, pp. 89–101, 2021, [Online]. Available: <https://journal.inspirasi.or.id/nomicpedia/article/view/63>
- P. Strategi, P. Terhadap, K. Pembelian, and T. Pitri, "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian The Effect of Marketing

Strategy on Purchasing Decisions,” vol. 1, no. 2, pp. 87–98, 2023, [Online]. Available: <https://ip2i.org/jip/index.php/>

Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2017). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRAND IMAGE terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 14(1), 16-23.

Prof.Dr.Sugiyono, *metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D (Bandung:ALFABETA,2014),hal,285*

Sasongko and H. A. Setyawati, “Pengaruh Brand Ambassador, Daya Tarik Iklan, dan Product Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Exclusive Matte Lip Cream,” *J. Ilm. Mhs. Manajemen, Bisnis dan Akuntansi.*, vol. 4, no. 4, pp. 488–501, 2022, doi: 10.32639/jimmba.v4i4.135.

W. Robi’ah and M. Nopiana, “Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin,” *YUME J. Manag.*, vol. 5, no. 1, pp. 433–441, 2022, doi: 10.37531/yume.vxix.235.

Weenas, J. R. (2013). Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).

