

DAFTAR PUSTAKA

- Akhiri, S., Tinggi, S., & Prabumulih, I. E. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Tipe Nmax Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) terhadap Keputusan Pembelian Motor Tipe Yamaha NmaxTitle. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 1, Issue 1). <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Annisa, Z. N., & Wulansari, D. (2024). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI STAFFEE.CA BOUQUET SIDOARJO. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 6. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Ayu Rahmadani, D., & Roni, M. (2022). Pengaruh Iklan dan Promosi Penjualan terhadap Kesadaran Merek Lemari Es. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(3), 922–936. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i3.579>
- Arianty, Nel, and Ari Andira. 2021. “Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Helm LTD (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). Pendekatan.” *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 4(1): 897
- Anwar, S., & Mujito, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 189–202.
- Adnyana, I. M. D. (2021). *Metode penelitian pendekatan kuantitatif*
- Arifudin, O., Sofyan, Y., Tanjung, R., & Wahrudin, U. (2020). Pengaruh Penjualan Personal Dan Lokasi Terhadap Volume Penjualan (Survey Pada Dealer Kamera Digital Panasonic Di Kota Bandung). *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(2), 232–241.
- Dewi, N., Pemasaran, A. M., Niaga, A., & Malang, P. N. (2024). PENGARUH BRAND IMAGE DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING BY FELICYA ANGELISTA (Studi Pada Mahasiswa & Mahasiswi Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang). *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 8. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>

- Damayanti, R., Husen, Z., & Mesar, Z. S. H. S. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Dengan Electronic Word of Mouth Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Skincare Emina. *Jurnal Mitra Manajemen*, 5(6), 390–398.
- Dwi Payani, K., Sujadi, D., Bisnis dan Sosial Humaniora, F., & Triatma Mulya, U. (2021). PENGARUH STRATEGI PROMOSI MELALU SOCIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE MS-GLOW YANG DIMEDIASI WORD OF MOUTH DI KABUPATEN GIANYAR. In *Journal Research of Management (JARMA)* (Vol. 3, Issue 1).
- Ekonomi, F., & Islam, D. B. (n.d.). *PENGARUH IKLAN MEDIA TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH PADA MAHASISWA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO SKRIPSI* Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana dalam Program Studi Ekonomi Syariah.
- Eviyana Rosyidah, F., Nur Cholidah, L., & Muklis Sulaeman, M. (2024). Pengaruh Prior Experince, Variety Seeking Dan Product Knowledge Terhadap Brand Switching. In *Journal of Business Innovation and Accounting Research* (Vol. 1, Issue 3). <http://educosinsight.com/journal/index.php/jbiar>
- Fahrevi, S. R., & Satrio, B. (n.d.). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Gina Shafira Nurimani. (2022). Strategi Promosi di Media Sosial dalam Menarik Minat Beli Produk Pakaian. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 54–58. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v2i1.1007>
- Kusumaningrum, S. D. (2021). KAJIAN PUSTAKA DALAM PENENTUAN TIPE DAN PERMASALAHAN KULIT WAJAH. In *Jurnal SNATi* (Vol. 1). <https://www.google.com/>
- Kusumastuti, I., ita Kurniawati, N., Loka Satria, D., & Wicaksono, D. (2019a). Analisis Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dimediasi Oleh Kepuasan Kerja Karyawan Pada Sp Alumunium Di Yogyakarta. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen (REKOMEN)*, 3(1), 43–53. <https://doi.org/10.31002/rn.v3i1.1540>
- Kusumastuti, I., ita Kurniawati, N., Loka Satria, D., & Wicaksono, D. (2019b). Analisis Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dimediasi Oleh Kepuasan Kerja Karyawan Pada Sp Alumunium Di Yogyakarta. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen (REKOMEN)*, 3(1), 43–53. <https://doi.org/10.31002/rn.v3i1.1540>

- Halim, Nico Rifanto, and Donant Alananto Iskandar. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli." *Jurnal Ilmu dan Riset* ... 4(3): 415–24.
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>.
- Mochamad Iqbal Zulfika, K. K. S. (2022). *ANALISIS PROMOSI PENJUALAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN SHOPEEPAY(SURVEI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUKABUMI)*. 5(2).
- Mukhlis, R. (2020). Pengaruh promosi, harga Dan lokasi Terhadap Motivasi Kerja Relawan Taruna Siaga Bencana Pada Dinas Sosial Kabupaten Bima. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*.
<https://doi.org/10.36312/jime.v6i2.1347>
- Ningrum, D. O., Ruspitasari, W. D., Teknologi, I., Bisnis, D., & Malang, A. (n.d.). *Volume 5 Nomor 1 Tahun 2022 Cakrawala Management Business Journal FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE MS GLOW DI KOTA MALANG*.
- PENGARUH PENGGUNAAN IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK KECANTIKAN HALAL SAFI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada toko TOPSHOP Kota Bandar Lampung)*. (n.d.).
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). In *Jurnal Common* | (Vol. 3).
- Putri Wahyu Ningsi, W., Ekowati, S., & Muhammadiyah Bengkulu, U. (n.d.-a). *PENGARUH PROMOSI DI MEDIA SOSIAL DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE MS GLOW*.
- Hermawan. 2018. "Pengaruh Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cafe Imah Babaturan Kota Bandung." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9): 1689–99.
- Jariah, Jariah, A. 2019. "Analisis Faktor-Faktor Pribadi Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Di Lumajang." *Jurnal WIGA* 2(2): 55.
- Latief, Abdul. 2018. "Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir Di Kota Langsa)." *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 7(1): 90–99.

- Maulidah, Fa'ziah, and Irma Russanti. 2021. "Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Pakaian Bekas." *E-Journal* 10(3): 62–68. <http://jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/PARADOKS/article/view/820>.
- Putri Wahyu Ningsi, W., Ekowati, S., & Muhammadiyah Bengkulu, U. (n.d.-b). *PENGARUH PROMOSI DI MEDIA SOSIAL DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE MS GLOW*.
- Pradnyana, Ida Bagus Putra, and I Gusti Ngurah Putra Suryanata. 2021. "Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Brand Image Grab Dengan Kepuasan Konsumen." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 10(1): 82.
- Riyono, Riyono, and Gigih Budiharja. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati." *Jurnal STIE Semarang* 8(2): 92–121. www.wartapedia.com.
- Rachmad Edhie Yoesoep, Sudiarti Sri, Turi Ode La, Fajariana Endah Dewi, Kisworo Yudo, Suryawan Firdiansyah Ryan, Tanadi Hendy, Kusnadi, Susilawati Eka, Yusran Rahmat Rio, Juminawati Sri, Sukrisni Andy, K. S. (2022). *Manajemen Pemasaran*. In *Eureka Media Aksara*.
- Yamini, E A. 2022. "Pengaruh Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Spontan." *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1(4): 882–88. <http://ulilalbabinstitute.com/index.php/JIM/article/view/137>.
- Richadinata, K. R. P., & Surya Astitiani, N. L. P. (2021). *PENGARUH IKLAN SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI LINGKUNGAN UNIVERSITAS BALI INTERNASIONAL*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(2), 188. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i02.p05>
- Sutisna, N. W., & Effane, A. (2022). *Fungsi Manajemen Sarana dan Prasarana*. In *Karimah Tauhid* (Vol. 1).
- Syafitri, I., & Yulianto, K. (2020). Pengaruh Iklan Instagram Terhadap Respons Konsumen. *Inter Community: Journal of Communication Empowerment* |, 2(1), 31–44. <https://www.slideshare.net/syiami/teori>
- Soebiagdo, Soebiagdo, and Poppy Ruliana. 2017. "Pengaruh Strategi Promosi Stikom Interstudi Terhadap Peningkatan Ekuitas Merek." *InterKomunika* 2(2): 146.
- Trimulyani, S., & Herlina, N. (2022a). *LIAISON JOURNAL OF BEST*. 1(2).

- Wijayadi, L. Y., Kurniawan, J., & Satyanegara, W. G. (2024). PENYULUHAN DAN PEMERIKSAAN UNTUK MENCEGAH KERUSAKAN KULIT AKIBAT PAPARAN SINAR MATAHARI. *Communnity Development Journal*, 5(2).
- Yuni, I., Program, W., Manajemen, S. M., Ekonomi, F., Bisnis, D., Teknologi, I., & Malang, A. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA 200 CAFE AND FOOD DI KOTA MALANG. *JUBIS*, 3(2).
- Fachreza, K. A., Harvian, M., Zahra, N., Islam, M. I., Daffa, M., & Wardiyah, M. L. (2024). Analisis Komparatif Antara Probability Dan Nonprobability Dalam Penelitian Pemasaran. *Jurnal Pajak Dan Analisis Ekonomi Syariah*, 1(3), 108–120.
- Handriana, V. T., Armandari, M. O., & Ambarwati, N. S. S. (2023). Pengaruh Kredibilitas Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik “S.” *Populer: Jurnal Penelitian Mahasiswa*, 2(1), 181–191.
- Hartanto, D., & Yuliani, S. (2019). *Statistik Riset Pendidikan: dilengkapi analisis SPSS*. Cahaya Firdaus.
- Jailani, M. S. (2023). Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.
- Meilina Arisa. (2021). *ANALISIS PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT DAN BRAND*. <http://repository.uir.ac.id/id/eprint/6016>
- Nasution, A. A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Desain Produk, Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Xpander (Studi Kasus Pt. Nusantara Berlian Motor Medan). *Jurnal Ilmiah Simantek*, 4(3), 158–166.
- Pradipta BF. (2024). *Analisis Daya Tarik Dan Promosi Terhadap Selebgram Yang Dimoderasi Oleh Konten Marketing*.
- Pratiwi, N. (2024). Pengaruh Atmosfer Restoran, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Harga Produk Sebagai Variabel Intervening Pada Keripik Balado Habis Snack Di Kota Padang. *Journal of Science Education and Management Business*, 3(3), 258–267.
- Puspitha, D., Mardjuni, S., & Chahyono, C. (2024). PENGEMBANGAN KOMPETENSI TERHADAP PENINGKATAN KINERJA MELALUI

EFEKTIFITAS KERJA ASN DI PPSDM REGIONAL MAKASSAR.
Indonesian Journal of Business and Management, 6(2), 231–245.

- Rahayu Zahra, S., Angelina Vanessa Nainggolan, G., Nehe, E., Juniardo Tarigan, J., Fernando Situmorang, D., Ignasius Manalu, D., Rizki Afrisa, M., Simamora, J., & Hasahatan Nainggolan, G. (2024). PENGARUH BRAND IMAGE, CITA RASA, PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (JBM)*, 2(2).
- Setyani, T. P. H., & Gunadi, I. W. (2020). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian mobil all new Rio KIA Motors Indonesia (Pada PT. Radita Autoprime). *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(1), 92–102.
- Suhardi, D., & Irmayanti, R. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. In *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen* (Vol. 3, Issue 1). <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm>
- Suhartini, M., Khotimah, K., & Hidayat, R. (2020). Persepsi Konsumen dan Pengambilan Keputusan Pembelian Terhadap Produk Sehat Di Asri Organik-Sehat Tambakrejo Jombang. *AGROSAINTIFIKA*, 2(2), 131–146.
- Suriani, N., & Jailani, M. S. (2023a). Konsep populasi dan sampling serta pemilihan partisipan ditinjau dari penelitian ilmiah pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36.
- Suriani, N., & Jailani, M. S. (2023b). Konsep populasi dan sampling serta pemilihan partisipan ditinjau dari penelitian ilmiah pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36.