

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, W. R., & Fauziah, A. (2023). Pengaruh Kemudahan Transaksi, Keamana Transaksi dan kaulitas pelayanan pelanggan terhadap keputusan pembelian online di shopee (studi kasus pada mahasiswa manaejemen universitas potensi utama). *manajemen kreatif*, 178-189.
- Amalita, R., & Rahma, T. I. (2022). Pengaruh Kemudahan, Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Facebook pada Mahasiswa/i UINSU dengan Structural Equation Modeling. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 596.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commorce Tokopedia Di Kota Manado. *EMBA*, 664.
- Anshori, M., & Iswari, S. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Deliana. (2016). *Pengaruh Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Yamaha Fino Pada PT Suraco Jaya Abadi Motor Cab. Pallangga*. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Dilasari, Y. S., & Zubadi, H. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada Rabbani Store di Kota Magelang. *Business and Economics Conference in Utilizing of Modern Technology*, 743-754.
- Effendi, Z. R., Sentosa, E., & Nursina. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Seikou Coffee Depok. *Ekonomika*, 31-38.
- Fahrezi, A., & Sukaesih, U. (n.d.). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Aldo (Studi Kasus Di Pondok Indah Mall Jakarta). *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan* , 189-190.

- Fahrudin, M. F., & Yulianti, E. (2015). Penaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Mandiri Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 149-162.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Pasuruan: Qiara Media.
- Gunawan, G. L. (2020). Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 166-175.
- Hastuti, M. A., & Anasrullah, M. (n.d.). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pemilihan Tempat Kos Mahasiswa di Tulungagung).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- JDIH BPK RI. (2017). *Undang-Undang (UU) No 7 Tahun 2017 tentang Perdagangan*. Retrieved from Database Peraturan: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38584/uu-no-7-tahun-2014>.
- Junaeda, & Nurianti, N. K. (2022). Pengaruh Selra Konsumen dan Diferensiasi Produk terhadap keputusan pembelian miyak kutus-kutus. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 780-786.
- Khoirunisa, C. N., & Putri, M. (n.d.). Analisis Penaruh Hrga, Pendapata, Selera Konsumen, dan Pendidikan terhadap Kputusan Pembelian Makanan Olahan Singkong (Studi Kasus pada konsumen makanan olahan singkong di pasar kuliner desa kerjan).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Amerika: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework for Marketing Management*. New York: Pearson.

- Latmawati, Hia, Y. D., & Verawati, R. (2014). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Selera Konsumen terhadap pembelian ulang beras sipalau di Kerojangan 3 Pangian dengan Kepuasan konsumen sebagai Variabel Intervening. *Wiga*.
- Lesmana, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap keputusan Pembelian Kosmetik Wrdah PT Paragon Teknologi and Inovation. *Pemasaran kompetitif*, 59-72.
- Lestari, A. N., & Iriani, S. S. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Mataharimall.com. *Ilmu Manajemen*, 1-8.
- Lingga, R. U. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Malini, H., Apriyani, R., Sjafitri, H., & Hidayatullah, R. (2022). Pengaruh Persaingan, Sistem Penjualan dan Selera Konsumen Terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor Merek Yamaha All New NMax 155 VVA pada PT Thamrin Brothers di Kota Baturaja. *Kolegial*, 188-203.
- Maulidya, E., Zahra, S., & Suhamah, A. (n.d.). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kayu pada CV. Harapan Jaya III Kasemen Kota Serang. *NCABET*, 598-608.
- Nisfiannoor, M. (2009). *Pendekatan Statistika Modern untuk Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Oktavia, S. (2023, September 11). *15 Brand Kecantikan Lokal, Ada Skincare Hingga Make Up*. Retrieved from Detik.com: <https://www.google.com/amp/s/www.detik.com/jatim/berita/d-6924793/15-brand-kecantikan-lokal-ada-skincare-hingga-make-up/amp>
- Pratiwi, A. P., Ridwan, H., & Ali, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*.
- Pratiwi, A. P., Ridwan, H., & Ali, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu.

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar, 383-398.

Putra, E. P. (2022, September 19). *Kesadaran Masyarakat Indonesia Tentang Hidup Sehat Semakin Meningkat*. Retrieved from News Republika: <https://news.republika.co.id/berita/ri8dxr484/kesadaran-masyarakat-tentang-hidup-sehat-semakin-meningkat>

RI, D. A. (2002). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Surabaya: Duta Ilmu.

Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Aqua. *STIG Semarang*, 97.

Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Jogjakarta: KBM Indonesia.

Shiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer Behaviour, Fifth Edition*. New Jersey.

SindoNews. (n.d.). *Kalam*. Retrieved from Sindo News: <https://kalam.sindonews.com/ayat/77/3/ali-imran-ayat-77>

Subhan, Muvida, & Hidayanti, I. E. (2022). Pengaruh Kemudahan Transaksi, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen Market Place Shopee , Kota Ternate). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 34-46.

Sugiyon. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tua, G. V., & Andariyani, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker di CV. Citra Nauli Electrisindo. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 140-154.

Unaradjan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.

Widjajanta, B., & Widyaningsih, A. (2007). *Mengasah Kemampuan Ekonomi*. Bandung: Citra Praya.

Wowor, C. A., Lumanauw, B., & Ogi, I. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 1058-1068.

Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.

Zainullah, V. C. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Koplakan. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 3.