

DAFTAR PUSTAKA

- Aghitsni , Wanda Intan dan Nur Busyra. (2022). “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor di Kota Bogor”. *Jurnal Ilmiah MEA*. Vol. 6 No. 3: 47.
- Al-Quran dan Terjemahannya. (2019). Edisi Kementerian Agama. (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran). QS Al-Baqarah: 278.
- Amanda, Livia, dkk. (2019). “Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang.” *Jurnal Matematika UNAND* 8, no. 1: 183.
- Arika, Nurul. (2021). “Penerapan Strategi Bauran Pemasaran 7P dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada Sambel Layah Areawinangun) Purwokerto”: 24.
- Asnawi dan Masyhuri. (2009). Metodologi Riset Manajemen Pemasaran. (Malang: UIN-Malang Press).
- Assauri, Sofyan. (2013). Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi, (Jakarta: Rajawali Press).
- Astuti, Intan Puji dan Vella Anggresta. (2022). “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Food di Jakarta Selatan”. *Jurnal Usaha*. Vol. 3 No. 2: 33.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Edisi Revisi VI. (Jakarta: PT Rineka Cipta).
- Arikunto, Suharsimi. (2010). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. (Jakarta; Rineka Cipta).
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Trenggalek 2023*. Diambil dari <https://trenggalekkab.bps.go.id/pressrelease/2024/03/04/569/pertumbuhan-ekonomikabupatentrenggalek2023.html>
- Bala, Bantara Sakti Bumi, dkk. (2022). “Pengaruh Lokasi, Suasana Toko, dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret Dinoyo Malang”. *JlAGABI*. Vol. 11 No. 1.

- Brahim, Muh. Nur Eli. (2021). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga*. (Yogyakarta: ANDI).
- Bungin, Burhan. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. (Jakarta: Kencana).
- Dwiputra, Yudha dkk. (2022). "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di PT. Alam Bumi Lestari". *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*. Vol. 1 No. 2: 140.
- Eka, Varika, dkk. (2023). "Pengaruh Promosi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Oleh Pria di Kota Langsa." *JIM: Manajerial Terapan* 3, No. 2: 407.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. (Semarang: UNDIP).
- Ginting, Nembah Hartimbul. (2011). *Manajemen Pemasaran*. (Bandung: CV Yrama Widya).
- Gracia, Bunga Astra, dkk. (2024). "Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen." *Jurnal Pemasaran* 7, no. 3: 288.
- Hamirul, dkk. (2023). "Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skin Care Ms Glow di Maya Store Agen Muara Bungo". *Jurnal AMBITEK*. Vol. 3 No. 1: 33.
- Hoiriyah, Yuliana Ulfidatul dan Yustina Chrismardani. (2021). "Pengaruh Gaya Hidup Halal, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow (Studi Pada Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura)". *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*. Vol. 1 No. 2: 118.
- Iinminardi, Rahmad dkk. (2023). "Pengaruh Produk, Promosi, Harga Dan Saluran Distribusi Terhadap keputusan pembelian produk ms glow dari perspektif ekonomi islam", *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*. Vol. 1 No. 3: 226.
- Ismiatun, Dewi, dkk. (2022). "Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Hangiri Banyumanik Semarang)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 11, No. 4: 771.
- Kaihatu, Thomas S., Achmad Daengs, dan Agoes Tinus Lis Indrianto. (2007). *Manajemen Komplain* (Yogyakarta: Andi).
- Khairunnisa, Shofiyah, dkk. (2022). "Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada

MS Glow (Studi Kasus Pada Konsumen Distributor MS Glow Panakukkang Di Kota Makassar).” *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis* 2, no. 4: 111.

Khasanah, Atina dkk. (2022). ‘Analisis Kualitas Produk, Harga, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS Glow”. *Simposium Manajemen dan Bisnis*. Vol. 1: 550-544.

Kotler dan Keller. (2014). Buku Prinsip Prinsip Pemasaran By Philip Kotler Gary Armstrong Edisi 12 Jilid 1&2. Edisi Ke 13. (Jakarta: Erlangga).

Kotler, Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Edisi Pertama. (Jakarta: Penerbit Salemba Empat).

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*, (Diterjemahkan oleh Benjamin Molan, Jilid 2). (Jakarta: Indeks).

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: PT Indeks).

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. (Jakarta: Erlangga).

Melpiana, Evi dan Ajat Sudrajat. (2022). “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow Beauty”. *Management & Accounting Expose*. Vol. 5 No. 1: 116.

Mokodompit, Moh. Rezky dkk. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 3 AM Cofee Manado. *Productivity*. Vol. 3 No. 6: 523.

MS Glow. “Tentang MS Glow: Sejarah dan Berdirinya MS Glow.” Diakses 11 Desember 2024. <https://msglowid.com/about/brandstory>

Murniati, dkk. (2024). “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sembako di Toko Billah Pasar Karya Nugraha Kota Baubau”. *Jurnal Akademik Pendidikan Ekonomi*. Vol. 11 No. 1: 4.

Novaldi, Muhammad, dkk. (2023). “Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada UMKM Pak Dj Oleh-oleh Khas Jambi).” *Jurnal Riset Ekonomi dan Akuntansi* 1, no. 1: 88.

Philip Kotler. (2007). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Edisi Pertama, (Jakarta: Penerbit Salemba Empat).

Philip Kotler Dan Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi 12. (Jakarta: PT Indeks)

- Philip Kotler dan Gary Amstrong. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*: Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Pratiwi, Afrida dkk. (2020). “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart Cikaret”. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*. Vol.2 No. 2: 157.
- Puspitasari, Ratih Hesty Utami. (2019). Analisis Pengaruh Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Berlabel Halal”, *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*. Vol. 2 No. 1: 68.
- Putri, Cheren Adina. (2023). “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kecantikan Wardah”. *Journal of Management and Social Sciences (JMSC)* Vol. 1 No. 3: 192.
- Rahmahyanti, Retna Nur dan Ana Noor Andriana. (2023). “Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow”. *Journal of Management & Business*. Vol. 5No. 2: 580.
- Rangian, Marlina. C, dkk. (2022). “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk MS Glow Skincare di Kota Tomohon”. *Jurnal EMBA*. Vol. 10 No. 3: 285.
- Rizal, Achmad. (2012). *Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. (Yogyakarta: DEEPUBLISH).
- Rusmewahni, dkk. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Economic Development Progress*. Vol. 2 No. 1.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. (Yogyakarta: CV. Andi Offset).
- Santoso, Singgih. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. (Jakarta: PT Elex Media Komputindo).
- Sugiyono. (2007). *Statistik untuk Penelitian*. (Bandung: CV Alfabeta).
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta).
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (mixed methods)*. (Bandung: Alfabeta).

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. (Bandung: Alfabeta).
- Suharsimi Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. (Jakarta; Rineka Cipta).
- Sujianto, Agus Eko. (2009). *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. (Jakarta: PT Prestasi Pustakaraya).
- Sunyoto, Danang. (2014). “Dasar-Dasar Menejemen Pemasaran (konsep, strategi dan kasus)”, (Yogyakarta: CAPS).
- Suryana. (2001). *Kewirausahaan*. (Jakarta: Salemba Empati).
- Tanzeh, Ahmad. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. (Yogyakarta: Teras).
- Tarigan, Akhira Habrina dan Onan Marakali Siregar. (2022). “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow (Studi Pada Pengguna MS Glow di Kota Binjai)”, *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. Vol. 3 No. 4: 246-248.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. (Jakarta: Erlangga).
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. (Yogyakarta: Andi Offset).
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Pemasaran Jasa Ed.2 Penerbitan*. (Yogyakarta).
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. (Yogyakarta: Andi).
- Wulandari, Silvia Ayu dkk. (2023). “Pengaruh Celebrity Endorser, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow (Pada Mahasiswa FEB Prodi Manajemen Universitas Islam Malang)”. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*. Vol. 12 No. 1: 1151.