

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M., & Aswati, N. (2022, Februari). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Wajah MS Glow (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Perawatan Wajah MS Glow di Kecamatan Prigen). *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 4(2), E-ISSN : 2621 – 3230.
- Anak Agung, A. P. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Malang: UB Press.
- Batubara, M., Silalahi, P. R., Sani, S. A., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus pada Mahasiswi FEBI UIN Sumatera Utara). *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), ISSN : 2656-2871.
- Blacker, A. (2022, Juli 11). *First Half Worldwide and US Download Leaders 2022*. Retrieved Februari 8, 02:16 PM, 2023, from Appatopia.com: <https://blog.apptopia.com/first-half-worldwide-and-us-download-leaders-2022>
- Buchory, A. H., & Saladin, D. (2018). *Manajemen Pemasaran: Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi dan Tanya Jawab*. Bandung: Linda Karya.
- Devi, L. K. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee*. Skripsi Gelar Sarjana, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Manajemen, Surabaya.
- Fortuna, C. D. (2022, June 30). Tiktok as Social Media Marketing and The Impact on Purchase Decisions. *Marketing Management Studies*, 2(2), 180-190. doi:10.24036/mms.v2i2.305
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25* (9 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hajijah, S. N., Dewi, I. R., & Annisamala, Y. N. (2022, Agustus). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee di Kalangan Mahasiswa Kota Cirebon. *Jurnal Bonanza*, 2(2).
- Indonesia, A. P. (2022, Juni 1). *Profil Internet Indonesia 2022*. Retrieved Februari 8, 02:26 PM, 2023, from APJII: <https://apjii.or.id/gudang-data/hasil-survei>
- Istanti, E., Sanusi, R., & Daeng, A. G. (2020). Impacts of Price, Promotion And Go Food Consumer Satisfaction in Faculty of Economic And Business Students of Bhayangkara University Surabaya. *Ekspektra : Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 2(2), 104-120. doi:10.25139/ekt.v4i2.3134

- Khotimah, K., & Nurtantiono, A. (2021, Juni). Penaruh Produk Persepsi Harga, Promosi, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Solo Raya. *Creative Research Management Journal*, 4(1), ISSN 2621-1092.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12 ed.). (A. Maulana, D. Barnadi, W. Hardani, Eds., & B. Sabran, Trans.) Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran* (12 ed.). (B. Molan, Trans.) Jakarta: PT. Indeks.
- Magfiroh, I., & Rufial. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Skincare (produk serum) di PT. AVO Innovation Technology (Avoskin) (Survey pada Mahasiswa FEB UPI YAI). *Jurnal Ikraith-Ekonomika*, 5(3), ISSN :2654-4946.
- Peter, J., & Olson, J. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* (9 ed., Vol. 1). Jakarta: Salemba Empat.
- Peter, J., & Olson, J. (2016). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* (9 ed., Vol. 2). Jakarta: Salemba Empat.
- Rahayu, S. (2021, April). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-commerce Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Informatika Angkatan 2020 Universitas Mahakarya Asia PSDKU Baturaja). *Journal Management, Business, and Accounting*, 20(1), E-ISSN: 2655-8262.
- Rahmatika, F. Y., & Indayani, L. (2022, November). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Beauty Glow di Sidoarjo. *Indonesian Journal of Law and Economics Review*, 17, ISSN 2598-9928.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktisi Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (1 ed.). Yogyakarta: CV. ANDI.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmawati, D. A., Mathori, M., & Marzuki, A. (2022, Juni). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc (Studi kasus pada konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 2(2), ISSN 2808-1617.

- Sutianti, L. (2022, Desember 21). *FMCG E-commerce Report 2022: 43,5% Market Didominasi Beauty & Care*. Retrieved Februari 9, 09:03 PM, 2023, from [Compas.co.id: https://compas.co.id/article/fmcg-e-commerce-report-2022/](https://compas.co.id/article/fmcg-e-commerce-report-2022/)
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (3 ed.). Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan, Penelitian* (1 ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4 ed.). Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wiyanti, L. N. (2022, September). Pengaruh Marketing Viral dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Dalam Aplikasi Tiktok Shop. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*.
- Wu, M., Ran, Y., & Zu, S. (2022). Optimal pricing strategy: How to sell to strategic consumers? *International Journal of Production Economics*, 244, 1-16. Retrieved from www.elsevier.com/locate/ijpe