

## DAFTAR PUSTAKA

- Ameliani, H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Skincare pada MS Glow Beauty Store Klaten.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi di kota langsa. *Jurnal manajemen dan keuangan*. 6(1), 660 – 669
- Arianty, N. (2017) pengaruh Citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Kumpulan jurnal dosen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*,8(10).
- Assauri, S. (2014). Manajemen Pemasaran Dasar, Komsep dan Strategi (Cetakan ke). *Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada*.
- Ayu Rara Sukmawati, D., Mathori, M., Marzuki, A., & Widya Wiwaha, S. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk skincare Somethinc (Studi pada Konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta). In *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Wiya Wiwaha* (Vol. 2, Issue 2).
- Daryanto,D.(2011). Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah.*Cetakan 1*
- Efendi F, Aminah S. (2022) Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific (Studi pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur). *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)* (2023) 8(1) 76
- Hartono,J., & Abdillah, W. (2009). Konsep dan Aplikasi PLS (partial least

- square) untuk penelitian empiris. *Yogyakarta : BPF E*.
- Imam, G. (2011). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 68*.
- Indayanti, Rianita,. (2022) Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Nivea di Surabaya.
- Jannah, Luvita Fatchul (2020) *Pengaruh Kualitas produk dan prmosi terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada UMKM Anggun Manid di Plumbon Gombang)*. Undergraduate thesis, STIE PGRI Dewantara Jombang.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). Prinsip – Prinsip pemasaran jilid 1 edisi 12. *Jakarta: Erlangga*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Principles of Marketing sixteenth edition, pearson*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran. edisi*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2*.
- Lupiyoadi,R. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa (Praktik dan Teori). *Jakarta: PT.Salemba Empat*
- Nurmalasari, D., Kualitas, P., Promosi, H., Merek, C., Pembelian, K., Merek, L., Di, W., Surakarta, K., & Istiyanto, B. (2021). *The Influence of Product Quality, Promotion Price and Brand Image on Purchasing Decisions of Wardah Brand Lipstick in the City of Surakarta*. [www.digimind.id](http://www.digimind.id)
- Priyatno,D. (2016). Belajar alat analisis data dan cara pengolahannya dengan PLS. Yogyakarta: Gava Media.
- Ristanto, H, Aditya G, Catur., (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada CV Mitra Sejati Foamindo Semarang).

- Rohmah, Alfi., (2023). Pengaruh kualitas produk, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk ifa skincare di purwodadi.
- Saladin,D., & Buchory, H.a. (2007). *Manajemen pemasaran, bandung: Linda karya.*
- Sofyan, A. (2010). *Manajemen Pemasaran cetakan ke 10.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Alfabeta.
- Sugiyono, P.D. (2017b). Metode penelitian bisnis :pendekatan kuantitatif, kualitatis, kombinasi dan R&D. Penerbit *CV. Alfabeta: Bandung,225*
- Sukmawati, D. A. R., Mathori, M., & Marzuki, A. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc:(Studi pada Konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia, 2(2), 579 –.*
- Tobing,R.P., & Bismala, L. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis: Jurnal Program Studi Akuntansi, 1(2).*
- Gultom, D. K. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pembeli Handphone Blackberry Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Kohesi, 1(1), 81–9*