

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi Wibowo, E., Resawati, R., Dwiyani, A., & Megawati, I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 15(2), 144–155. <https://doi.org/10.55208/bistek.v15i2.269>
- Amalia Yunia Rahmawati. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Tiktok Live Shopping (Studi pada Generasi Z di Wilayah Madiun)*. July, 1–23.
- Anggraini, T. R. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Emina (Studi pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2018-2019 Universitas Mulawarman). *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(2), 143. <https://doi.org/10.25273/capital.v5i2.12020>
- Bawono, A., Isanawikrama, I., Arif, K., & Kurniawan, Y. J. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Situs Belanja Online (Studi Kasus pada Situs Belanja Online XYZ). *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 2(2), 131–144. <https://doi.org/10.30813/jpk.v2i2.1366>
- Depari, G. S., & Ginting, N. (2022). the Influence of Online Customer Review and Perceived Quality Toward Customer Purchase Decision At Lazada Online Retail Company. *Jurakunman (Jurnal Akuntansi Dan Manajemen)*, 15(1), 1. <https://doi.org/10.48042/jurakunman.v15i1.84>
- Devi Nurchasanah, ambar Lukitaningsih, Putri Dwi Cahyani, I. B. N. U. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Tiktok Shop. *Journal.Laaroiba.Ac.Id*, 5, 1081–1095. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i3.1693>
- Farida Hanum, N. A. B. R. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Emina Pada Kalangan Mahasiswi Universitas Islam Negeri Sumater Utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 9(3), 986–998.
- Fathussyakir, M., Meutia, M., & Heriani, H. (2022). Pengaruh Kompensasi Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Guru Smk Kota Bima Dengan Motivasi Sebagai Intervening. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(2), 2613–2628. <https://doi.org/10.58258/jisip.v6i2.3193>
- Ghozali, I. (2021a). *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif untuk Akuntansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial Lainnya* (Y. Pratama (ed.)).

- Ghozali, I. (2021b). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris* (Edisi 3). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hulu, E., Mendrofa, Y., & Kakisina, S. M. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Indomarco Adi Prima Cabang Medan Stok Point Nias Kota Gunungsitoli. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 6(4), 106–115.
- Jamilah, R. S., & Habra, M. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Merek Terhadapkepuasan Konsumen Produk Kosmetik Emina. *Movere*, 4 No.1(1), 19–28.
- Jl, A. A., & Yusa, V. De. (2019). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 5(1), 13–22.
- Juangsa, H. & N. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Karet Ban Merk Mbs Pada Pt. Gemar Sukawati Indah Medan. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 1(1), 12–25.
- Kaban, L. M., & Kunci, K. (2022). *Dampak Kualitas , Persepsi Konsumen dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Endorsement*. 5(1), 909–919.
- Laili Hidayati, N. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 06(3), 77–84.
- Luh Kadek Budi Martini, Ejasa Sembiring, & Frandy Paulus. (2022). Customer Online Customer Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Modeliafashion Pada Marketplace Tokopedia Jakarta. *Journal of Applied Management and Accounting Science*, 4(1), 15–24. <https://doi.org/10.51713/jamas.v4i1.67>
- Maudilla Safira, A., & Setiawan Prabowo, P. (2020). Pengaruh Kualitas Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah, Makeover Dan Emina. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, Vol. 3 No., 139–151. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>
- Natanael. (2022). *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian McD Artha Gading*.
- Putri, O. M., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Purchase Decision Pada Konsumen Produk

- Wardah Melalui Marketplace Shopee. *Journal E-Proceeding of Management*, 8(5), 6394–6403.
- Ramadhani, H., Supeni, R. E., & Setianingsih, W. E. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Emina Di Masa Pandemi Covid-19. *National Multidisciplinary Sciences*, 1(3), 402–409. <https://doi.org/10.32528/nms.v1i3.94>
- Romanisyah, D., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Online Customer Review Dan Promo Gratis Ongkir Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Shopee. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(7), 3174–3180.
- Saputra, R., Ekonomi, F., & Riau, U. I. (2020). *Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store*.
- Selvie Nangoy, Silvya. L. Mandey, L. K. (2016). *Pengaruh Promosi, Harga, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Matahari Departemen Store Manado (Studi Kasus Di Matahari Departemen Store Manado Town Square)*.
- Tua, G. V. M., Andri, & Andariyani, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv. Citra Nauli Electricindo Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 140–154. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.266>
- Yunefa, A., & Sabardini, S. E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Emina di Yogyakarta. *Jurnal Cakrawangsa Bisnis*, 1(2), 171–186.
- Zed, E. Z., Ratnaningsih, Y. R., & Ningsih, M. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Online Customer Review dan Kenyamanan terhadap Keputusan Pembelian Masker Sensi Mask Duckbill di Shopee. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 5334–5348.