

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah Abdatillah, & Ulfi Dina Hamida. (2022). Peran Promosi Online Shop Instagram dalam Menarik Minat Beli Produk Skincare di KDKoreamask Kediri. *Istithmar: Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 6(2), 84–95. <https://doi.org/10.30762/istithmar.v6i2.315>
- Anggraeni, D., Kumadji, S., & Sunarti, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 37(1), 171–177.
- Ariani, D. . (2003). *Manajemen Kualitas Pendekatan Sisi Kualitatif*. Ghalia Indonesia.
- Arikunto, S. (2000). *Manajemen Penelitian*. Rineka Cipta.
- Aziza, N. (2023). *Metodologi Penelitian 1 : Deskriptif Kuantitatif*. July, 166–178.
- Bilgies, A. F. (2017). Peran Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Billagio Skincare Clinic Sidoarjo. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 1(1), 78–90. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v1i1.7>
- Dewi, D. A. N. N. (2018). Modul Uji Validitas Dan Hormonal. *Universitas Diponegoro*, October, 14. <https://www.researchgate.net/publication/328600462>
- Djollong, A. F. (2019). Tehnik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif (Technique of Quantitative Research). *Istiqra' : Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran Islam*, 2(1), 86–100. <https://jurnal.umpar.ac.id/index.php/istiqra/article/view/224>
- Drumond, H. (2003). *Metode Penelitian Bisnis Jilid I* (Edisi 5). Erlangga.
- Dyah Nirmala Arum Janir, S.E., M. S. (2012). Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS. In *Semarang University Press* (Issue April 2012).
- Ekonomi, J., & Bisnis, D. (2018). *Pengaruh Biaya Pendidikan Dan Kinerja Guru Terhadap Pencapaian Siswa (Analisis Deskriptif Pada SMA Negeri Di Kabupaten Purwakarta)*. 2(1).
- Erzed, N. (2019). *Regresi Dan Korelasi Sederhana*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2000). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 2). BPFE.
- Handoko. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Badan Penerbit IPWI.
- Kamaludin, & Sulistiono. (2013). Kualitas Produk Sebagai Faktor Penting Dalam

- Pemasaran Ekspor Pada PT. Eurogate Indonesia Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan*, 1–45.
- Kotler, P & Keller, K. L. (2012). *Manajemen* (Edisi 12). Erlangga.
- Kotler, P & Keller, K. L. (2020). *Marketing Managemen* (15th ed). Pearson Pretice Hall.
- Kotler, P. (2001). *Manajemen Pemasaran Global* (Edisi Baha). Prenhalindo.
- Kotler, P. (2006). *Manajemen Pemasaran* (Edisi II). PT. Indeks Gramedia.
- Lukitaningsih, A. (2014). Perkembangan Konsep Pemasaran: Implementasi Dan Implikasinya. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 14(1), 16–29.
- Manik, C. D. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan. *Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 3(1), 40–56.
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Rineka Cipta, M. A.
- Maulidia, A., Prihatini, A. E., & Prabawani, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Mustika Ratu (Studi Pada Konsumen Mustika Ratu Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 803–812. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29814>
- Mikke R Marentek, Vekky Supit, N. H. J. M. (2020). *komunikasi Pemasaran*.
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Rismayati, R. D. (2022). Analisis Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 16(1), 36–47.
- Nangoy, S., Mandey, S. L., & Kawet, L. (2016). *Pengaruh Promosi, Harga, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Matahari Departemen Store Manado (Studi Kasus Di Matahari Departemen Store Manado Town Square)*.
- Novita, D., Astuti, L. S., Anggraini, F., & Lestari, P. (2020). Pengaruh Promosi Menggunakan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Be Glow Skincare. *Seminar Nasional Riset Dan Teknologi (SEMNAS RISTEK) 2020*, 161–165.
- Oentoro, D. (2010). *Manajemen Pemasaran Modern*. Laksbang Pressindo.
- Oktavianti, R., & Budiarti, A. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Citra Merek (Studi Pada Konsumen KOI Bubble Tea Tunjungan Plaza Surabaya). *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 5(1), 112–127. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v5i1.216>
- Pangesti, S. (2019). SATS4312: Modul 1 Regresi Linear Sederhana.

Sats4312/Modul 1, 1, 52.

- Pratap, R., Kaurav, S., & Kainthola, S. (2023). SPSS Adalah-Pengertian, Sejarah, Fungsi, Kapanjangan. *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*, 228–231. <https://doi.org/10.4337/9781800377486.spss>
- Putri, S. E. (2014). (Promotional Mix) Pada Matahari Department Store Bengkulu. *Management Insight*, 9(1), 45–54. <https://media.neliti.com/media/publications/220095-persepsi-konsumen-terhadap-bauran-promos.pdf>
- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel, Dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 672–673. <https://doi.org/10.1111/cgf.13898>
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Saputri, S., Paseru, Y., Apriyani, R., Taryo, T., Kunci, K., Produk, K., & Pembelian, K. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Konsumen Di Ciputat. *Jurnal Perkusi Pemasaran, Keuangan&Sumber Daya Manusia*, 2(3), 367–374.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Schiffman, & K. (2009). *Perilaku Konsumen* (Edisi 7). Indeks.
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado (The Influence Of Location, Promotion And Price Perception To Consumer Purchase On Kawanua Emerald City Manado Housing). *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22916>
- Sidik Priadana, M. ., & Sunarsi, D. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Siti Rabiah, A., & Anggriany Stefany, F. (2022). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Perawatan Diri (Skincare) Lokal Yang Mempengaruhi Customer Loyalty. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3). www.janio.com,
- Sitinjak, S. (2006). *Lisrel* (Edisi I). Pustaka Pelajar.
- Soeratno, & Arsyad, L. (2022). *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*.

In *UUP Academic Manajemen Perusahaan YKPN*.

- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan Metode R&D* (Edisi 23). Alfabeta Chipso.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sukmawati, D. A. R., Mathori, M., & Marzuki, A. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 579–599. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.487>
- Sumandi, S. (2004). *Metodologi Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Tjiptono, F & Diana, A. (2015). *Pelanggan Puas? Tak Plus: Contoh Spesifik Riset Kepuasan dan Ketidakpuasan Pelanggan, Strategi Mewujudkan Kepuasan Pelanggan*. CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2004). *Strategi Pemasaran* (Edisi II). Andi Offset.
- Uluwiyah, A. N. (2002). *Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*.
- Variabel, D. O., & Petra, U. K. (2012). *Konseptual Variabel dalam Penelitian Kuantitatif*. 15–22.
- Yafie, A. S., Suharyono, & Abdillah, Y. (2016). The Effect Of Product Quality And Service Quality On Customer Satis-faction (Study on Customers of Food and Beverage 8 Oz Coffee Studio Malang). *Business Administration (JAB)*, 35(2), 11–19.
- Yunita, L. D., & Handayani, T. (2018). Strategi Bauran Promosi Penyelenggaraan Event (Studi Kasus Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Pasar Murah). *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(1), 14–24. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v4i1.989>
- Yusi, D. A., Suntoro, I., & Nurmalisa, Y. (2008). *Pengaruh Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Sikap Materialistis Dan Sikap Hedonisme Remaja*. 282.