

## DAFTAR PUSTAKA

- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3), 38–51.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Helm LTD (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). Pendekatan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 897.
- Ariella, R. I. (2018). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 215–221.
- Authors, & Gunawan, F. S. A. C. (2018). Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*. <https://osf.io/preprints/inarxiv/npjqh/>
- Diven, D., & Khoiri, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Iklan, dan Persepsi Konsumen Terhadap keputusan Pembelian di Shopee. *Jesya*, 6(2), 1509–1516. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1063>
- Ekasari, R., & Mandasari, E. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Digital Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Pixy Di Kabupaten Sidoarjo. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.51804/iej.v4i1.1583>
- Eni. (2020). Pengaruh kualitas produk, citra merek, terhadap keputusan pembelian produk Lipstik Viva kosmetik. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11) 951–952., 5(Mi), 5–24.
- Fadhilah, M., & Cahya, A. D. (2022). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen dengan word of mouth sebagai variabel moderasi. *Forum Ekonomi*, 3(3), 607–617. <https://doi.org/10.29264/jfor.v24i3.11336>
- Hananto, D. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel. *Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ*, 1(1), 1–10. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit>
- Handayani, L. D. L., & Kosasih. (2020). The Effect Of Celebrity Endorsers and Brand Image Towards Purchasing Decisions of Pixy Products in Karawang. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(4), 407–417.
- Hellen, C. (2023). KONSUMEN PADA TRANSAKSI MERCHANT. *Manajemen Pemasaran*.
- Hulima, J. S. P., Soepono, D., & Tielung, M. V. . (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Wardah Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 1167–1177. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/34362/32290>
- Lahitani, & Indah. (2022). wardah.pdf. *Pengaruh Brand Image, Electronic Word*

*of Mouth Terhadap Pengaruh Pembelian.*

- Masyithoh, I. N., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Kreatif*.
- Nainggolan, N. P. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Cahaya Eco Indonesia Di Batam. *Jurnal Rekaman*,4(2),177–187.  
<http://ojs.jurnalrekaman.com/index.php/rekaman/article/view/49>
- Pangastuti, J., Sudjiono, S., & Prastiti, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Counter Wardah Di Borobudur Kediri. *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*,2(1), 69. <https://doi.org/10.30737/jimek.v2i1.424>
- Patricia, C. O. S. (2021). *Pengaruh Kualitas produk, Harga, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian*. 3(2), 6.
- Pratamasari, V. F., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh brand awareness dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Forum Ekonomi*, 24(2), 422–432. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i2.10837>
- Quintania, M., & Sasmitha, S. (2020). Pengaruh Desain dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Lipstik Wardah Kosmetik Jabodetabek). *Media Ekonomi*, 20(1),26. <https://doi.org/10.30595/medek.v20i1.9491>
- Resty, D. (2023). *The influence of product design, promotion, and price on purchase decisions of purbasari color matte lipstick at health cosmetic shop, Mojokerto city*. 6, 1991–2003.
- Reven, D., Ferdinand, T., & Manajemen, J. (2019). ANALISIS PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK, HARGA KOMPETITIF, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta). *Diponegoro Journal of Management*, 6(3),1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/management>
- Safitri, W. M. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Persepsi Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Bedak Wajah Viva Cosmetics*
- Sani, P. (2023). Pengaruh inovasi, brand ambassador , dan promosi terhadap keputusan pembelian scarlett whitening pada media sosial tiktok batam. *Novasi, Pengaruh Ambassador, Brand Terhadap, Promosi Pembelian, Keputusan*.
- Saragih, MM., B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(3), 26–33.<https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i3.220>
- Saraswati, Laksmi, M., Pradhanawati, A., & Hidayat, W. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan. *Jurnal Ilmu AdministrasiBisnis*, 024, 1–10.
- Sembiring, M. J., Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2022). The Impacts of Product Quality, Promotion, Brand Association, Purchase Decisions on Japanese Motorcycles. *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 16(2), 214.

<https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2022.v16.i02.p03>

- Sugiyono, D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Suhaily, L., & Darmoyo, S. (2018). Effect of product quality, perceived price and brand image on purchase decision mediated by customer trust (study on japanese brand electronic product). *Jurnal Manajemen*, 21(2), 179–194. <https://doi.org/10.24912/jm.v21i2.230>
- Valentha, F. V., Satoto, E. B., & Reskiputri, T. D. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk J.Co Roxy Square Jember. *Growth*, 20(2), 337. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v20i2.2019>
- Yuvita, H. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Equity (Survei Terhadap Nasabah Bank Bni Syariah Di Kota Palembang). *Mix Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(3), 431. <https://doi.org/10.22441/mix.2019.v9i3.004>