

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, N., & Amron, A. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare Pada Tiktok Shop. *Kinerja*, 5 (01), 49-61.
- Albar, K. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Pendapatan, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Ama Griya Hijab Sidayu. *IQTISADIE: Journal of Islamic Banking and Shariah Economy*, 3(2), 102-126.
- Andriani, F., & Nalurita, S. (2021). Pengaruh iklan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Tokopedia (studi kasus pada pengguna tokopedia di Jabodetabek). *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1 (3), 266-278.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan pembelian produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Baihaky, S., Yogatama, A. N., & Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi Snacks Malang. *JISOS: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(2), 85-104.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada marketplace: Kualitas produk dan kualitas pelayanan (Literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211-224.
- Charviandi, A., Noviany, H., Suhartini, Y., Wijaya, A., & Abdullah, M. A. F. (2023). *Manajemen Pemasaran: Perspektif Digital Marketing*
- Darsyah, Y., Yuhaprizon, Y., & Riyanto, S. (2024). *Manajemen Bisnis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Dewi, W. W. A., Febriani, N., Destrity, N. A., Tamitiadini, D., Illahi, A. K., Syauki, W. R., & Prasetyo, B. D. (2022). *Teori Perilaku Konsumen*. Universitas Brawijaya Press.
- Elisa, E., & Purba, T. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Maybelline di Kota Batam. *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 373-383.
- Fauzi, A. (2022). *Pengaruh Desain User Interface, Harga Produk Dan Reputasi Merchant Terhadap Keputusan Pembelian Gadget Di Tokopedia (Studi Kasus Mahasiswa Stie Indonesia)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Febriana, S. D. (2024). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Toko Rhey Kosmetik Magetan

- (Studi Kasus Pada Pengguna Kosmetik Pada Toko RHEY Kosmetik Magetan) (Universitas PGRI Madiun).
- Febrida, R., & Oktavianti, R. (2020). Pengaruh Terpaan Iklan di Media Sosial Youtube terhadap Persepsi Konsumen (Studi terhadap Pelanggan Iklan Tiket. com di Youtube). *Prologia*, 4(1), 179-185.
- Harahap, R. (2022). *Pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara* (Doctoral dissertation, IAIN Padangsidimpuan).
- Herlin, M., & Susanti, F. (2024). Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mobil Mitsubishi Di PT. Dipo Sumbar. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(2), 1398-1412.
- Hidayati, N. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Hoops Indonesia di Cabang Grand Indonesia. *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Hoops Indonesia di Cabang Grand Indonesia*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press.
- Iriawan, H. (2021). *Manajemen merek & kepuasan pelanggan*. Penerbit NEM.
- Jumiono, A., Khaira, N., & Barinta, D. D. (2024). *Buku Pengantar Bisnis: Teori Komprehensif Dunia Bisnis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. *an pada Toko Eny Kabupaten Ngawi Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Islam* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Kelvinia, K., Putra, M. U. M., & Efendi, N. (2021). Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 11(2), 85-98.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (15th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Kustiawan, B., Apriyanto, A., Haryanti, T., & Rustam, A. (2025). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Strategis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Laili, N. P. N., & Budiarti, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Cabang Manyar Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 12(7).

- Malau, H. (2018). *Manajemen Pemasaran teori dan praktik*. Alfabeta.
- Maulana, A. (2023). *Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Surabaya* (Doctoral dissertation, Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya).
- Maurisni, P., & Lesmana, A. (2024). Eksplorasi Pengalaman Konsumen dalam Berbelanja di Tiktok Shop Kosmetik Skintific: Motivasi, Persepsi Sebagai Faktor Penentu. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 1855-1864.
- Novia, C., & Andarini, S. (2019). Analisis Komparasi Persepsi Konsumen Pengguna Ojek Online Go-Ride dan Grab Bike (Studi Kasus pada Mahasiswa Pengguna Ojek Online Go-Ride dan Grab-Bike di UPN Veteran Jawa timur). *Jurnal Bisnis Indonesia*, 10(02).
- Novita, Y. (2024). Analisis Pengaruh Lingkungan Toko dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Impulsif pada Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Teknologi*, 1(2), 32-44.
- Nurhaliza, A. V. (2023). *Strategi Produk dalam Meningkatkan Omset Penjual*
- Nurissyarifah, N., & Darmawan, D. (2025). Pengaruh variasi produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk sarung. *Currency: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(2), 468-494.
- Nurhayati, M. (2024). Pengaruh Harga, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Market Place Lazada. *Jurnal Widya Persada*, 3(1), 75-87.
- Pane, D. N., Dayu, W., & Hasanah, N. (2024). *Determinasi Minat Beli Konsumen. Serasi Media Teknologi*.
- Panjaitan, F. R. (2024). *Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Pembelian Kosmetik dan Obat-Obatan yang Berlabel Halal (Studi Pada Mahasiswa Asal Sumatera Utara Berdomisili di Banda Aceh)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Ar-raniry).
- Pradana, M. I., Wangi, M. S., & Siswanto, S. (2023). Persepsi Pelanggan Outsolesecond Tentang Kualitas Pelayanan Seller dan Kepuasan Pelanggan. *Solidaritas: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(1).
- Pugu, M. R., Riyanto, S., & Haryadi, R. N. (2024). *Metodologi Penelitian; Konsep, Strategi, dan Aplikasi*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

- Rahmadhiansyah, R. A., & Suwitho, S. (2022). PENGARuh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Go-Jek Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11 (10).
- Rahmah, N., & Subqi, T. (2024). Keputusan pembelian konsumen: Dampak harga, lokasi, kualitas produk, dan citra merek. *Alkasb: Journal of Islamic Economics*, 3(1), 67-87.
- Ramdan, A. M., Siwiyanti, L., Komariah, K., & Saribanon, E. (2023). *Manajemen pemasaran*. Penerbit Widina.
- Ramadhani, D. R., & Ahmadi, M. A. (2024). Pengaruh Harga dan Brand image terhadap Keputusan Pembelian pada Produk The Originote. *Journal of Exploratory Dynamic Problems*, 1 (4), 109-118.
- Riyantie, M., Alamsyah, A., & Misnan, M. (2022). Persepsi Konsumen Tentang Strategi Konten Promosi Iklan Flash Sale 12.12 Shopee. *Brand Communication: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 158-169.
- Sanawiri, B., & Adroni, M. (2019). Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Kepuasan Pengguna Terhadap Pemakaian M-Wallet. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 160-173.
- Santoso, G. E. M., & Mahargiono, P. B. (2023). Pengaruh kepercayaan, harga dan kualitas produk terhadap minat beli ulang konsumen pada kosmetik Wardah (Studi kasus pada mahasiswi Stiesia Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 12(8).
- Sari, R. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ramayana Panbil Kota Batam. *eCo-Buss*, 6(2), 474-487.
- Simanjuntak, A. T., & Badrudin, R. (2024). Pengaruh Pengalaman Konsumen, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Nilai Terhadap Niat Pembelian Kembali Konsumen Shopee Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 35(3), 173-191.
- Sipayung, T., & Syahreza, B. (2021). Analisis Persepsi Konsumen Tentang Atribut Produk Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Kasus Pada Toko Tia Ponsel Di Kota Pematangsiantar). *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 3(1), 1-14.
- Sugiyanto, A., Sukmayuda, B. C., & Andiyana, E. (2024). *Perilaku Konsumen 5.0*. Pradina Pustaka.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

- Susanti, E. M. I. L. (2024). Pengaruh Jenis Produk, Harga Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Apotek Sejahtera Bersama Di Palembang (Universitas Tridinanti Palembang).
- Utami, T. P. (2021). *Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Top Mode Condong, Kauman, Ponorogo* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Wahyudin, Y., Kushariyadi, K., Hidayati, U., Fauziyah, N. N., Hariyono, H., Ramadian, A., & Yuliasih, M. (2024). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Yuliana, H., & Pratiwi, A. (2024). Pengaruh Variasi Produk, Cita Rasa, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Survei pada Kopi Janji Jiwa Karanganyar). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(7), 393-404.
- Zamroni, F., & Fauzi, R. U. A. (2023). Pengaruh Word Of Mouth, Persepsi Konsumen, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Di Maju Hardware Madiun. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 5).