

DAFTAR LITERATUR

- Afif, M. (2002). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk perawatan wajah MsGlow. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi*.
- Azwar, S. 2012. Reliabilitas dan Validitas. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Anisa dkk (2023). Pengaruh Promosi Online dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow Beauty Samarinda. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol 7.
- Anisa, A.D (2022). Pengaruh Kualitas Produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Bisnis dan Iptek* Vol.15 No.2.
- Amalina, R (2015). Analisis Pengaru Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Universitas Diponegoro Semarang*.
- Amar (2023). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Produk Skincare Di Kabupaten Luwu. *Institut Agama Islam Negeri Kota Palopo*.
- Astutik, V, P (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms.Glow. *Jurnal Manajemen dan Sains*.
- Ameliani, H (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Pada Ms Glow Beauty Store Klaten. *Universitas Widya Dharma Klaten*.
- Arianiva, A (2020). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow. *Universitas Islam Riau*.
- Assauri, Sofjan. 2016. "Strategic Management." In Jakarta: PT Rajawali Pers.
- Amron, N. A. (2022). Pengaruh Influencer Marketing dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare Pada Tiktok Shop. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 52. Pembelian. *Univeritas Diponegoro Semarang*
- Bisma (2015). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Organik. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol 7.
- Debry, M. R. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Brand Ambbassador Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Ms Glow Skincare Di Kota Tomoho. *EMBA*, 286.
- Destia, D.S (2022) Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, Vol 5 No 2.

- Emilia, D. A. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Celebrity Endorser Raffi Ahmad terhadap Minat Beli Produk Skincare Ms Glow. *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 8.
- Ena, M, and W. M. Ndoen. 2019. "Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Chezz Cafenet." 10(3): 299–310.
- Erdalina, Wahyu (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Citra Handbody Lotion Di Pariaman. *Jurnal menara ilmu*.
- Febriyanti, H. E. (2023). Pengaruh Kualitas produk, brand image, store atmosphere, promosi, word of mouth dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk erigo. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*.
- Fandy Tjiptono. 2015. "Strategi Pemasaran." In Andi Publisher.
- Ferdinand, N., and P. J. Kitchin. 2016. *Events Management: An International Approach*. 2nd ed. London: SAGE Publication.
- Firmansyah, Muhammad. 2019. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek*.
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Harnady, F. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Universitas Islam Malang*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data*
- Kotler, philip (2013). *Strategi Brand Management*, 14e Edition, England : Person Education Limited.
- Kotler dan Keller (2012). *Manajemen Pemasaran*, edisi 12. Jakarta : Erlangga
- Kotler dan Keller (2016). *Marketing Management 15 th edition new*.
- Kotler, p, and g armstrong. 2017. "Principles of Marketing." In *Pearson Education Limited*, England: Essex.
- Kotler, P, and K. L Keller. 2016. "Marketing Management." In Jakarta: Erlangga.

- Krisnanda, and nurcaya. 2019. "Pengaruh Kesadaran Lingkungan Terhadap Persepsi Konsumen Dan Niat Beli Produk Lampu LED PHILIPS di Kota Denpasar." *E-Jurnal Manajemen* 8(2): 8075–8103.
- Krinawati, Eva. D (2020). Pengaruh Media Sosial Marketing, Brand Image, dan Persepsi harga terhadap minat beli skincare Ms Glow di Surabaya. *Universitas 17 Agustus surabaya*.
- Liestya, A. C. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Grabby Bites. *Jurnal Manajemen dan Star up Bisnis*, 453.
- Lupiyoadi, and Hamdani. 2016. "Manajemen Pemasaran Jasa." In jakarta: Salemba Empat.
- Marini, Y. C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Celebrity Endorser Ms Glow. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Melpiana, Evi (2022). Analisis Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow Beauty. *Jurnal Management and Accounting*.
- Mahanani, E. (2022). Pengantar Bisnis Suatu Konsep dan Strategi. Jakarta Timur, DKI Jakarta.
- Maisaroh, S (2022). Pengaruh Media Sosial, Kepercayaan, dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 16-17
- Nuraini. (2022). Analisis pengaruh citra merek, harga dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian skincare Ms Glow pada mahasiswa fakultas keguruan dan ilmu pendidikan unirow tuban. *Jurnal Oportunitas Unirow tuban*.
- Ningsi, W. P (2021). Pengaruh Promosi di Media Sosial dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow. *Jurnal Management Modal Insani dan Bisnis, Vo.2 No.1*.
- Nandasari, V.A (2021). Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk skincare Korea melalui Beauty Vlogger.
- Nia, Adenia (2019). Pengaruh Media Sosial Instagram, Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Offline Pada Toko RR Stuff Di Bengkulu. *Institut Agama Islam Negeri Bengkulu*.
- Pratama, D. W. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen pada Produk Stuck Original. *Journal of Management*, 4-5.

- Purbarani, V. H. (2013). Analisis Pengaruh Perspsi Harga, Kualitas Produk, Differensiasi Produk, Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.
- Pasha, K, and B Hadibrata. 2019. "The Impact of Brand Awareness, Brand Association and Perceived Quality on Consumer Purchase Decision of Sampoerna A Mild Products."
- Payani, K. D. (2021). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow yang dimediasi Word Of Mouth Di Kabupaten Gianyar. *Jurnal Research of Management*, Vol.3 No.1 46-56.
- Pasha, K, and B Hadibrata. 2019. "The Impact of Brand Awareness, Brand Association and Perceived Quality on Consumer Purchase Decision of Sampoerna A Mild Products."
- Prastika,D, Imantoro,J., Nasikah,D., 2024. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan konsumen, Kualitas Tampilan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan pembelian Scarlett Whitening Melalui Promosi si Tiktok (Studi Kasus Mahasiswa/i FEB UM Metro). *Jurnal Manajemen*, 4(1), 28-39.
- Riyadi, H. R. (2023). Pengaruh Promosi Online dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow Beauty Samarinda. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 129.
- Rufial, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Skincare (Produk Serum) di PT.Avo Innovation Tecnology. *Jurnal Ekonomika*, 216.
- Raturandang, V. E. (2022). Pengaruh Lifestyle, Inovasi Produk dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow Pada Reseller Pasar Manado. *Jurnal EMBA*.
- Rifa'i, M. (2020). Manajemen Bisnis . Medan
- Sugiyono (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung
- Situmorang, I.L (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian Merek Pond's pada Remaja Di Kota Pekanbaru.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung:

- Supit, Dhena. D (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Kecantikan. *Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Sugiyono (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Kota Bandung
- Tampubolon (2018). Manajemen Operasi dan Rantai Pemasok, Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Terry, George R. 2021. "Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi." In ed. bunga sari fatmawati. jakarta: Bumi Aksara, 282.
- Tjiptono, f. 2012. "Perspektif Manajemen Dan Pemasaran Kontemporer." In Yogyakarta: Andi Offset.
- Tampubolon (2018). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.
- Vidya, Hanesty (2013). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.
- Yoesmanam, I. C. (2015). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Organik. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 135-136.