

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2016). *Manajemen pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Bandung CV. Alfabeta.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Bayu Swasta. (2015). *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta : Liberty.
- Budiyanto, T. (2016). Strategi Promosi, Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Merefereasikan Rumah Pada Puri Camar Liwas PT. Camar Sapta Ganda. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4).
- Estiana Ria, Karomah GN, dan Setiady Teddy. (2022). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media promosi pada UMKN. Yogyakarta. CV. Budi Utama.
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran (4 th ed.)*. Andi.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Ke-9. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Grewal, Dhruv and Levy, Michael. (2014). *Marketing*. Fourth Edi. New York: The McGraw-Hill.
- Khatib, F. (2016). The impact of social media characteristics on purchase decision empirical study of Saudi customers in Aseer Region. *International Journal of Business and Social Science*, 7(4), 41-50.
- Kotler, (2015). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. Jakarta : PT Prehalindo.
- Kotler, Phillip, and Gery Armstrong. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* . Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Phillip, dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajememen Pemasaran (1st ed.)*. Erlangga, Jakarta.
- Malau, Harman. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.

- Mokoagouw, Milly Lingkan. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Samsung Mobile it Center Manado. *Jurnal berkala Ilmiah Efisiensi*. Vol 16, No 1.
- Nasrullah, Rulli. (2015). Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siositeknologi, Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Purwiantoro, M. H., Kristanto, D. F., & Hadi, W. (2016). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Usaha Kecil Menengah (UKM). *Amik Cipta Darma Surakarta*.
- Puspitasari, R. H. U. (2019). Analisis Pengaruh Keputusan Pembelian pada Kosmetik Berlabel Halal. *Jurnal Bussines Management Analysis Journal (BMAJ)*.
- Putranto, A. T. (2018). Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Grosir Herbal Di Pondok Aren, Tangerang Selatan. *Jurnal Mandiri*.
- Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia. *Jurnal Siositeknologi*, 15(2).
- Setyo, P, E, (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen "Best Autoworks". *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*.
- Sugiyono, (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Alfabeta: Bandung.
- Sunyonto. (2014). Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran, Cetakan ke-3, Yogyakarta, CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Suprano dan Hermiati, N. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pelita Ilmu*, Vol. 15 No.1.

Tri Palupi Robustin, A. F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kata Mulut Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Di Kota *Jember*. *Jurnal UNEJ*.

LAMPIRAN - LAMPIRAN