

DAFTAR PUSTAKA

- Agus S. Lubis. Handayani (2022). *Generasi Z Dan Entrepreneurship Studi Teoris Minat Beli Genenrasi Z dalam berwirausaha*. Bogor. PT Jawa Mediasindo Lestari.
- Al Ardi. N. A, Wiguna. A. A, Saadillah. D, Mayasari. F, Hardiyani. R. (2026). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tape Putri Madu di Kabupaten Jember*. Jurnal Inovasi Ilmiah. E-ISSN :2527-6220 | P-ISSN : 1411-5549
- Ambarkahi. Y. P. R, Atri. D. M. D. R, Dhamayanthi. W, Putra. E. D, Widjayanthi. L. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Herdacake Bakery dan Cafe Jember. Jurnal Manajemen Agribisnis dan Agroindustri. DOI: [10.25047/jmaa.v2i1.30](https://doi.org/10.25047/jmaa.v2i1.30). p-ISSN: 2807-4130.
- Azizah. (2022). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Value, dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett (Studi dan Pada Mahasiswa di Purwokerto). Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 10(4), 320–330.
- Dila Damayanti. (2023). *Keputusan Pembelian Dalam Perilaku Konsumen*. STIE Widya Wiwaha. Yogyakarta
- Darmadi D, Sugiarto, Tony S. (2017). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek*. Bogor. PT Gramedia Pustaka Utama
- Anang Firmansyah. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya. CV Penerbit Qiara Media
- Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Alfabeta
- Pahmi. (2024). *Kualitas Produk Dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*. Klaten. PT Nas Media Indonesia
- Febrian. (2024). Pengaruh Media Sosial Marketing Instagram, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow Skincare (Studi Pekerja Kantoran Di Daerah Sudirman Kota Bagan Batu). Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 10(4), 422–433.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen pemasaran (Edisi ke-13, Jilid 1)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Phillp. (2021). *manajemen pemasaran*. CV Budi Utama, Jakarta

- Najah N. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Kulit Skintific (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syari'ah Datokarama Palu)". *Business Management Journal*, 18(1), 37–49.
- Oliviana P. (2025). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare MS Glow. *Jurnal Nirpanov*. 3025-7441; Hal. 191-204
- Rahmawati. A.W. (2022). Pengaruh Islamic Branding Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Produk Kosmetik Wardah. *Proceeding of International Conference on Science, Social & Humanity*, 1(1), 40–48.
- Sutantio. R. A, Hasanuddin, Ridwan. I. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Benih Jagung Manis (Zea Mays Saccharata) Varietas YS 12 Produksi CV. Danau Tondano Seed Expert Jember. *Jurnal Ilmiah Inovasi*. E-ISSN : 2527-6220 | P-ISSN : 1411-5549.
- Suharno. (2023). *Marketing In Practice*. Samarinda.
- Riana Fatmaningrum, S., Fadhilah, M., Ekonomi, F., & Sarjanawiyata Tamansiswa, U. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea*. 4(1).
- Syarifudin, Silvy L. Mandey, Willian J. F. A. Tumbuan. (2022). *Sejarah Pemasaran Dan Strategi Bauran Pemasaran*. CV Istana Agency
- Setiawati, T., & Oktini, D. R. (2023). Pengaruh Atmosfer Gerai dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. 3(1). 352 – 357
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Pemasaran Strategic*. Yogyakarta: Andi.