

DAFTAR PUSTAKA

- Altobelli, C. F., Sander, M., & Berndt, R. (2023). International Marketing Management. In *International Marketing Management*. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-66800-9>
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN* tujuan meningkatkan keputusan pembelian konsumen dalam menentukan pilihan . Di sedemikian ketatnya ini . Berdasarkan data penjualan Maxim Housewares di Grand City Mall Surabaya dalam satu tah. 4.
- Anggraeni, S. (2022). *Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Oleh-Oleh Skomill Surabaya*.
- (Amalia Yunia Rahmawati, 2020)Amalia Yunia Rahmawati. (2020). *Bab Ii Gambaran Umum Perusahaan / Instansi*. July, 1–23.
- Ariana, R. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Revlon Yogyakarta*. 1–23.
- (Beredar et al., 2016)Beredar, Y., Pasar, D. I., & Padang, R. (2016). *Identifikasi zat warna rhodamin b pada lipstik berwarna merah yang beredar di pasar raya padang*. 8(1).
- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Dan, P., Merek, C., & Keputusan, T. (2022). *Pengaruh harga, desain produk, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian*.
- Dewi, F., Rahayu, L., & Safitri, U. (2020). *PENGARUH HARGA DAN*

KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada CV. XP Computer, Boyolali). *EKOBIS : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1), 14–24. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v8i1.262>

- Diah, A., & Supriono, K. (2017). PENGARUH DESAIN KEMASAN PRODUK DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP BRAND AWARENESS SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN WARDAH EXCLUSIVE MATTE LIP CREAM (Survei Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 49(02), 103–113.
- Doktor, P., Pendidikan, I., Universitas, P., Gorontalo, N., & Pendahuluan, A. (2020). *Statistika penelitian*.
- Fazri, A., Afiff, A. Z., & Balqiah, T. E. (2017). *Kelangkaan Meningkatkan Intensi Membeli : Bagaimana Kelangkaan Produk Mempengaruhi Persepsi Konsumen ? Universitas Jambi Universitas Indonesia*. 27–28.
- Ghozali, (2009), Aplikasi Analisis dengan program SPSS. Penerbit : Universitas Diponegoro. Semarang
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi Edisi 7. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hariyanto, F. L. (2015). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Niat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 2(5), 1–16.
- (Heryubani, 2018)Heryubani, N. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Merek Wardah Di Kota Yogyakarta. *Unpublished Undergraduate Thesis*, 1–94. <http://eprints.upnyk.ac.id/15582/4/Skripsi.pdf>
- Indriati, E., Veronica, A., & Sibarani, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik pada Madame Gie Official Shop di Marketplace Shopee. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 4(2), 50–62. <https://doi.org/10.46772/jecma.v4i2.1096>
- Isfahila, A., Fatimah, F., & S, W. E. (2018). Pengaruh Harga, Desain, Serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 211–227. <https://doi.org/10.32528/jsmbi.v8i2.1790>

- ISLAM, H. E. (2018). Azaz Manajemen. In *Presiden Republik Indonesia*.
- Ismayana, S., & Hayati, N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Pixy. *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*, VIII(2), 1–10.
- Kambali, I., & Syarifah, M. M. A. (2020). *PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus di Billionaire Store Bandung)*. 10, 1–8.
- Kotler, P., Kevin, K., & Chernev, A. (2022). Marketing Management. In *Pearson* (Vol. 53, Issue 9).
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2023). Principles of Marketing 19th Edition. In *Pearson*.
- Lenggogeni, L., & Ferdinand, A. T. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Listyawati, I. H. (2016). Peran Penting Promosi dan Desain Produk Dalam Membangun Minat Beli Konsumen. *Jbma*, 3(1), 62–70.
- Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan Policies for admission of new students View project. *Ilman*, 5(July), 15–24.
- Mardiana, N. R. (2019). Analisa Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Emina. *Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*, 53(9), 1689–1699. www.journal.uta45jakarta.ac.id
- Marpaung, B., & Mekaniwati, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Studi Pada Konsumen Alat Mesin Pengolah Kopi Di Pt. Karya Mitra Usaha. *JIMKES Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(1), 29–38.
- Nurmalasari, D., & Istiyanto, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk , Harga Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Merek Wardah di Kota Surakarta The Influence of Product Quality , Promotion Price and Brand Image on Purchasing Decisions of Wardah Brand Lipstick in the City of. *Jurnal Sinar Manajemen*, 08(1), 42–49.

Pramesty, M., Syarifuddin, S., Silvianita, A., & Fakhri, M. (2023). *The Influence of Price and Quality on Purchasing Decisions for Luxcrime Products*. 3842–3851. <https://doi.org/10.46254/an12.20220712>

Penelitian, L., Nasution, A., & Analisis, S. (2017). *Jurnal Riset Sains Manajemen*. 1, 1–12. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1012560>

Pramesty, M., Syarifuddin, S., Silvianita, A., & Fakhri, M. (2023). *The Influence of Price and Quality on Purchasing Decisions for Luxcrime Products*. 3842–3851. <https://doi.org/10.46254/an12.20220712>

Priyantari, R. 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.

(Rizki Sri Lasmini, n.d.)Rizki Sri Lasmini, Y. Z. (n.d.). “*Wardah Cometics.*”

Sarjana, B., Meitriana, M. A., & Suwendra, I. W. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Harga Perumahan Di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 10(2), 356. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v10i2.20041>

Saragih, B. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Distro Bastard Clothing*. 6(3), 8.

(Sanaky, 2021)Kotler, P., Kevin, K., & Chernev, A. (2022). Marketing Management. In *Pearson* (Vol. 53, Issue 9).

Si, M. (2017). *Sandra MeiYunita Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*. 01.

Sonia Cipta Wahyurini, & Trianasari, N. (2020). Analisis Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i1.321>

Sugiyono. (2012) *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif*, Sugiyono.

Suswita Roza. (2014). Analisis Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Eco Product. *Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora*, 16(2), 47–58.

(2014) *Metodologi Penelitian Bisnis (1 St. Ed)*. Andi. Kuantitatif, Dan R & D). Alfabeta.

Sugiyono. (2016) Metode Penelitian Pendidikan Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D (2nd Ed). Alfabeta

Sugiyono. (2018) Metode Penelitian Pendidikan Kualitatif dan Kuantitatif

Suntoyo, D. (2014) Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen. CAPS (Center For Academic Publishing Service.) Susilowati, I. H., & Utari, S. C. (2022). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Apotek MAMA Kota Depok*. 6(1), 2–4.

Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). Perilaku Konsumen. *Magister Alfatah Kalijaga, S.T., M.T., C.G.L.*, 978-623–48(Eureka Media Aksara, November 2022 anggota Ikapi Jawa Tengah NO. 225/JTE/2021 Redaksi:).

Sugianto, R., & Ginting, S. O. (2020). Terhadap Keputusan Pembelian Rumah. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil: JWEM*, 10(April), 1–12.

Suryani, M., & MS, M. (2022). The Influence of Brand Image, Price and Packaging Design on the Purchase Decision of Pixy Brand Cosmetics (Study on Users in Bandar Lampung). *International Journal of Regional Innovation*, 2(3), 8–13. <https://doi.org/10.52000/ijori.v2i3.61>

Surachman S.A. (2008). *Manajemen Pemasaran*.

Tokopedia, D. (n.d.). *Pengaruh Pemasaran Langsung Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Exclusive Matte Lip Cream*. 2(1).

Wangarry, C. L., Tumbel, A., Karuntu, M. M., Ekonomi, F., Manajemen, J., & Ratulangi, U. S. (2018). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA DI PT. HASJRAT ABADI RANOTANA THE INFLUENCE OF MARKETING MIXTURE ON PURCHASE DECISION OF HONDA MOTORCYCLE AT PT. HASJRAT ABADI RANOTANA*. 6(4).

Wisata, P. F., & Harga, P. D. A. N. (2021). *Pengaruh fasilitas wisata, promosi dan harga terhadap minat wisatawan berkunjung pada wisata wego lamongan*. 4(2).

YUNITA, N. R., SUMARSONO, H., & FARIDA, U. (2019). *PENGARUH PERSEPSI RISIKO, KEPERCAYAAN, DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI BUKA LAPAK (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo)*. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 90. <https://doi.org/10.24269/iso.v3i1.243>

