

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, N. (2020). PENGARUH PROMOSI, HARGA, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK PRODUK RABBANI DI PALEMBANG Oleh: 4(1), 26–40. <https://doi.org/10.31851/heraca.v4i1.4176>
- Azwar,A.2012. *Pengantar Epidemiologi*. Penerbit Binarupa Aksara. Edisi Revisi. Jakarta Barat.
- Basu, swastha. 2006. Manajemen Penjualan, cetakan kelima. BFSE : Yogyakarta.
- Buchari Alma, (2017), Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Alfabeta, Bandung.
- Cahyaningtyas, R., Wijaksana, T. I., & Telkom, U. (2021). PENGARUH REVIEW PRODUK DAN KONTEN MARKETING PADA TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SCRALETT WHITENING BY FELICYA ANGELISTA. 8(5), 6488–6498.
- Evelina, N. (2011). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi (Studi Kasus Pada Konsumen Telkomflexi Di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip*, c, 203–213.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Edisi Kedua,Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS.Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Haasiani, N. (2022a, September 27). Data Penjualan Kosmetik Wajah: Brand Lokal Kuat Bersaing. *Compas.Co.Id*. <https://compas.co.id/article/data-penjualan-kosmetik/>
- Haasiani, N. (2022b, November 1). 10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace. *Compas.Co.Id*. <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>
- Handayani, P. (2021, June). Tumbuh Pesat! Ini Dia Data Penjualan Kosmetik di Indonesia. 25 Juni 2021. <https://compas.co.id/article/data-penjualan-kosmetik-di-indonesia/>
- Hidayat, T. (2020). ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. 17(4), 95–105.
- Kotler, Amstrong. 2001. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga

- Kotler, & Amstrong. 2014. Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Proses Keputusan Pembelian.
- Kurniawan, A. D., & Astuti, S. R. T. (2012). Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Harga Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Kedai Amarta Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1(1), 282–289. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>
- Merkusiwati. (2007). Metodologi Penelitian. *Investopedia*, 36–48. <https://www.investopedia.com/terms/c/capitaladequacyratio.asp>
- Pasaribu, R. F. A., Sianipar, I. L., Siagian, Y. F., Sartika, V., Ekonomi, F., & Prima, U. (2019). *Jurnal manajemen*. 5, 45–52.
- Sani, S. A., Batubara, M., Silalahi, P. R., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Scarlett Whitening. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1327–1342. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.931>
- Sitepu, R. (2016). *PENGARUH PROMOSI, HARGA, PRODUK DAN TEMPAT TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN SINOM SITORESMI DI KOMPLEK PERUMAHAN LANUD AURI SIDOARJO Rismawati*. 01(01), 39–43.
- Sugiyono, 2013, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. (Bandung: ALFABETA)
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2014). Strategi Pemasaran. Edisi 3. Yogyakarta : Penerbit Andi.