

DAFTAR PUSTAKA

- Aji S, Wahyu W, D. K. (2024). Analisis pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian produk broden screen printing. *SENMEA*, 853–861.
- ALA, S. (2021). *PENGARUH HARGA, BRAND IMAGE DAN SOCIAL MEDIA INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN WARDAH EXCLUSIVE MATTE LIP CREAM (STUDI KASUS MAHASISWI IAIN PURWOKERTO)*.
- Anggi. (2020). PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN WARDAH LIPSTICK EXCLUSIVE MATTE LIPCREAM (STUDI KASUS KONSUMEN PADA TOKO FAJAR COSMETIC PEKANBARU) Diajukan. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., Mi, 5–24.
- Atika, R. N., Haidar, K., Keguruan, F., & Mulawarman, U. (2024). *Pengaruh Content Marketing dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Komunitas Pelajar dan Mahasiswa Kabupaten Berau (KPMKB) di Samarinda*. 5(1).
- Compas. (2024). *Dominasi Wardah di Pasar Lipstik Lokal: Peluang dan Strategi bagi Pengusaha*.
- Fitriani, R. (2023). *PENGARUH CONTENT MARKETING DAN EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Kasus Konsumen di Kecamatan Medan Tembung) SKRIPSI OLEH : RAHMA FITRIANI PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MEDAN AREA MEDAN*.
- Imroh, A., Kusumaningtyas, D., & Raharjo, I. B. (2024). Examining the Impact of Social and Psychological Influences on Consumer Purchasing Decisions : A Case Study of Cahaya Fashion Warujayeng. *SENMEA*, 1(1), 53–62.
- Indonesia, kementrian perdagangan republik. (2024). *JUMLAH PENGGUNA E - COMMERCE DI INDONESIA TAHUN 2020 - 2029*.

- Nawal M, Rahayu S, I. A. (2024). PENGARUH BRAND IMAGE , BRAND AMBASSADOR DAN PRICE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 3(1), 224–239.
- Prof.H.Imam Ghozali, M.Com, Ph.D, C. (2021). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 26 IBM" SPSS" Statistics »*.
- Putri A, C. H. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CONTENT MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMEBLIAN BARANG THRIFT MELALUI INSTAGRAM DI SOLO RAYA. 455–466.
- Rahman, T. (2019). Pengaruh Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Caffé Go-Kopi Di Kota Malang). *Skripsi Respositari UIN MMI Malang*, 1–147.
- Rahmawati, A. S. (2023). PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG DI KOTA SURAKARTA.
- Ramadhan D, Dian K, D. A. (2024). Analisis cita rasa, citra merek dan event marketing terhadap keputusan pembelian es teh jawi nganjuk. *SENMEA*, 2, 624–634.
- Ribut YL, Sifit R, H. P. (2021). ANALISIS STORE ATMOSPHERE, LOKASI USAHA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA COFFE SHOP HOMELY KOFFE KOTA KEDIRI. *SENMEA*.
- Sari, H. P. (2022). PENGARUH PROMOSI, ONLINE CUSTOMER REVIEW, DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA PENGGUNA MARKETPLACE SHOPEE DI INDONESIA).
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In *Alfabeta, bandung*.
- Tria JL, Dian K, Z. S. (2022). ANALISIS PENGARUH RATING , REVIEW DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP. *SIMANIS*, 755–760.
- Yakin, R. A., & Hutauruk, B. M. (2023). The influence of brand image, location and price on purchasing decisions of Dunkin' Donuts products. *Journal of Management Science (JMAS)*, 6(3), 457–461.

www.exsys.iocspublisher.org/index.php/JMAS

Yasmine, D. A. (2023). *Pengaruh brand ambassador terhadap keputusan pembelian produk scarlett whitening.*