

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Wajah Ms Glow. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 4(2). <http://dx.doi.org/10.47201/jamin.v4i2.90>
- Aginta, W. (2023). *Analysis of the Effect of Product Quality, Price, and Service Quality on Consumer Purchase Intention in the Traditional Market of Medan (A Case Study of Inpres Kwala Bekala Market)*. *Journal Of Social Science Research*, 3(6). <https://doi.org/10.31004/innovative.v3i6.7174>
- Amirrudin, M., Nasution, K., & Supahar, S. (2020). *Effect of Variability on Cronbach Alpha Reliability in Research Practice*. *Jurnal Matematika, Statistika Dan Komputasi*, 17(2), 223–230. <https://doi.org/10.20956/jmsk.v17i2.11655>
- Anisa, N. (2025). Prediksi Harga Saham Bank BCA, BNI, dan BRI serta Komposisi Portofolio Maksimal Ketiga Saham Berbasis Regresi Linier dan Clustering. *Journal Explore*, 15(1), 25–31. <https://doi.org/10.35200/ex.v15i1.151>
- Arsyad, A. (2025). Analisis Pengaruh Retailing Mix terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Inner Kota Watampone. *Journal Indonesian Journal of Business and Management*, 7(2), 393–399. <https://doi.org/10.35965/jbm.v7i2.5275>
- Asir, M. (2022). *Product Pricing Strategy on Consumer Purchasing Power: A Literature Study*. *Journal Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(5). <https://doi.org/10.37385/msej.v3i4.1108>
- Aulia, Z. (2025). Analisis Instrumen Penelitian Pendidikan (Uji Validitas Dan Relibilitas Instrumen Penelitian). *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 3(2), 780–789. <https://doi.org/10.61104/jq.v3i2.1070>
- Bagus Zulvikar, A. (2023). Pemanfaatan Sosial Media sebagai Sarana Promosi. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis*. <https://www.researchgate.net/publication/377001646>
- Cui, E. H. (2025). *The Kolmogorov-Smirnov Statistic Revisited*. *Book MSC2020*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2503.11673>
- Dianto, A. Y., Nur, P., & Sari, I. (2023). Strategi Optimalisasi Kualitas Produk Kopi Nganjuk Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 10(1). <https://doi.org/10.53429/jdes.v10i1.531>
- Ellyawati, J. (2022). Antecedent Niat Beli Ulang Belanja Online: Uji E-kepuasan Sebagai Mediasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 23(1). <https://doi.org/10.30596/jimb.v23i1.8606>

- Erlangga, A. D. (2021). Analisis Komparasi Kualitas Produk Sepatu Converse dan Sepatu Vans. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis*, 12(1), 160–169. <https://doi.org/10.47927/jikb.v12i1.101>
- Farid, M. (2023). Statistika Deskriptif Pada Analisis Ketimpangan Kemiskinan (Studi Kasus Data Kemiskinan Wilayah Perkotaan dan Pedesaan Seluruh Provinsi di Indonesia periode tahun 2021-2022). *Jurnal Seminar Nasional Sains Data (SENADA)*, 3(1). <https://doi.org/10.33005/senada.v3i1.120>
- Hallatu, Y. A. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif. *Buku CV. Gita Lentera*. <https://www.researchgate.net/publication/386554664>
- Handayani, A. (2025). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Penerapan Sasaran Keselamatan Pasien di Ruang Rawat Inap Rumah Sakit Tentara TK IV 01.07.01 Pematangsiantar. *Jurnal Manajemen Dan Administrasi Rumah Sakit Indonesia (MARSI)*, 9(2). <https://doi.org/10.52643/marsi.v9i2.6085>
- Hanifah, H. (2025). Landasan Teori, Penelitian Relevan, Kerangka Berpikir Dan Hipotesis Penelitian Pendidikan. *IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 3(2). <https://doi.org/10.61104/ihsan.v3i2.989>
- Hanifah, H., Salsabillah, L., Tazkia Fitri, A., Mona Febriani, R., Hidayatullah, R., Harmonedi Landasan Teori, H., Relevan, P., & Berpikir Dan Hipotesis Penelitian Pendidikan Haura Hanifah, K. (n.d.). *IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*. <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Hermansyah. (2024). Penerapan Metode Regresi Linier Berganda Untuk Memprediksi Panen Kelapa Sawit. *Progresif: Jurnal Ilmiah Komputer*, 20(1), 540. <https://doi.org/10.35889/progresif.v20i1.1816>
- Heryana, A. (2025). *Pengumpulan Data pada Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Manajemen dan Bisnis*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.24243.75045>
- Ilyas, R. (2024). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Konsumen Pada Budiman Swalayan Cabang Pondok. *Jurnal Ekasakti Matua Jurnal Manajemen*, 2(4), 325–337. <https://doi.org/10.31933/emjm.v2i4.1152>
- Indriyani, R., Suri, A., Manajemen Bisnis, P., Studi Manajemen, P., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Korespondensi, P. (2020). Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian melalui Motivasi Konsumen pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25–34. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25—34>
- Jannah, D. M. (2024). *Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hanasui pada Mahasiswi FEB UMPRI Tahun 2024*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Universitas Riau*. 9(3), 30–38. <https://doi.org/10.37715/jp.v9i3.5087>

- Kadek, I. (2025). Evaluasi Naïve Bayes dan K-Nearest Neighbor dalam Klasifikasi Sentimen Ulasan Produk Skincare MSGLOW di Tokopedia. *Jurnal ProTekInfo*, 12(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.30656/protekinfo.v12i1.10302>
- Kaunang, W. P. (2025). Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur. *Jurnal Manajemen Data Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Sam Ratulangi Manado*, 28.
- Kembau, A. (2024). *Signifikansi Bauran Pemasaran 8P dalam Memengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Pada Viralitas Mixue Ice Cream & Tea*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Universitas Airlangga*. 4(1), 1–17. <https://doi.org/10.30813/digismantech.v4i1.5936.g2951>
- Leonardo, L. (2025). Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Sosial Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 258–270. <https://doi.org/10.59024/jise.v3i1.1104>
- Nasywa, H. (2025). Identifikasi Variabel Penelitian, Jenis Sumber Data Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 3(2), 586–596. <https://doi.org/10.61104/jq.v3i2.1025>
- Nur, A. (2025). *Analisis Deskriptif Pengetahuan dan Minat Donor Darah pada Masyarakat Kelurahan Tamparang Keke*. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sains*. 6(1). <https://doi.org/10.31004/jkt.v6i1.42429>
- Nurissyarifah. (2025). Pengaruh Variasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Sarung. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(2). <https://doi.org/10.32806/ccy.v3i2.674>
- Nurliyanti, N., Arnis Susanti, A., & Hadibrata, B. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian (*Literature Review Strategi Marketing Manajemen*). *Jurnal Ilmu Hukum Humaniora Dan Politik*, 2(2), 224–232. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2>
- Palupi, T. D. E. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 1(5), 105–128. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v5i1.540>
- Primasiwi, C., Irawan, M. I., & Ambarwati, R. (2021). *Key Performance Indicators for Influencer Marketing on Instagram*. *Jurnal Ilmiah Pendidikan*.
- Putra, I. E. (2022). Pengaruh Desain Interior dan Penampilan Karyawan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dine and Chat Kafe and Resto Jambi. *E-JOURNAL UNITOMO*, 6(1), 3. <https://doi.org/10.25139/dev.v6i2.4388>
- Rahmawati, V. (2025). Efektivitas Kualitas Produk, Review Influencer, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare The

- Originote. *Jurnal E-Bis: Ekonomi-Bisnis*, 9(1), 332–347. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v9i1.2348>
- Ramadhan. (2025). Determinasi Keputusan Pembelian: Analisis Strategi Pemasaran, Perilaku Konsumen, dan Teknologi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Dinasti Information and Technology*, 2, 4–8. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/dit.v2i4>
- Ramadhan, I. (2024). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Produk Baru dan Keputusan Customer. *Jurnal Pendidikan Siber Nusantara (JPSN)*, 2(4). <https://doi.org/10.38035/jpsn.v2i4>
- Riyanti, A. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Ranti di Depok. *Jurnal Kajian Islam Modern*, 12(2), 61–64. <https://doi.org/10.56406/jkim.v12i2.674>
- Salsabila, A. (2025). Menganalisis Uji Reliabilitas. *Jurnal Departemen Pendidikan Guru Pendidikan Anak Usia Dini Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang*.
- Sari, W. P. (2023). Analisa Media Sosial dan Komunikasi Promosi pada Pemengaruh Makro di Media Sosial. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 102–113. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v7i1.22804>
- Sarma, mun. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Di Cyrano Cafe (*The Influence of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction and Interest in Repurchasing at Cyrano Café*). *Jurnal Manajemen Pembangunan Daerah*, 18. https://doi.org/10.29244/jurnal_mpd.v18i1.57577
- Shelby, D. B. (2022). Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Dalam Penyelenggaraan Event Inacraft 2022. *Journal Of Tourism And Economic*, 5(1), 18–31. <https://doi.org/10.36594/jtec/gp940703>
- Sihombing, M. (2024). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Make Up Artist Anabella. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 8(2), 129–238. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v8i2.5607>
- Sofiyuloh, B. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Eiger Adventure Cimahi. Ekoma: *Jurnal Ekonomi*, 4(4). <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i4.7685>
- Suci Andini, N. (2024). *Compas Market Insight Dashboard: Tren Penjualan Kategori Paket Kecantikan pada Periode Q1 2024*. Artikel *Compas.Co.Id*. <https://compas.co.id/article/market-insight-paket-kecantikan-skintific/>
- Tajik, O. (2024). *Purposive Sampling*. *International Journal of Education & Language Studies*, 2(2). <https://doi.org/10.22034/ijels.2025.490681.1029>
- Utami, A. T. (2022). Peran Citra Merek, Celebrity Endorser, dan Kualitas Produk dalam Keputusan Pembelian The Role of Brand Image, Celebrity

Endorser, and Product Quality in Purchase Decision. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 23(1). <https://doi.org/10.30596/jimb.v23i1.8606>