

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Irwansyah, Dkk R. Perilaku Konsumen. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung; 2021.
- [2] Arief. Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan. Malang: Bayumedia Publishing; 2020.
- [3] Pinaraswati So. Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Reputasi, Dan Service quality Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Wedding And Event Prganizer. J Manejemen 2021;10.
- [4] Ningrum R. Peran Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening Dalam Pengaruh Iklan Dan Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Make Over (Studi Kasus Pada Make Up Artis Di Solo). Surakarta Manag J 2020;2:32. <https://doi.org/10.52429/Smj.V2i1.388>.
- [5] Roby Jatmiko M. Analisis Pengaruh Promosi, Service Quality, Brand Image Terhadap Keputusan Pelanggan Memilih Jasa Go-Jek Di Semarang 2020;2:111–23.
- [6] Dini Nurhidayanti A, Tri Hapsari A, Umam K. Efektivitas Promosi Di Media Sosial Pada Keputusan Pembelian Pelanggan Di Gallery Dewdew Collection Berdasarkan Model Aida. Relasi J Ekon 2020;16:1–28. <https://doi.org/10.31967/Relasi.V16i1.339>.
- [7] Komala Sari P, Rosalina L. Pengaruh Promosi Terhadap Perilaku Beli Konsumen Pada Produk Tata Rias Wajah. J Tata Rias Dan Kecantikan 2019;1:9–21.