

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Rizqi Maulana Ilham, Raden Andi Sularso, and K. I. (2020). The effect of price, ease of transaction, information quality, safety, and trust on online purchase decision. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi* 7.1, 77–81.
- Anggraeni, Penia, and P. N. M. (2016). Pengaruh kepercayaan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara online pada situs [www.traveloka.com](http://www.traveloka.com). *EProceedings of Management* 3.2.
- Aptaguna, A. & P. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan & Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Widyakala*, Vol 3.
- Arwiedya. (2011). Analisis Pengaruh Harga, Jenis Media, Promosi Resiko Kinerja, dan Keragaman Produk terhadap keputusan Pembelian Via Internet pada Toko Online. *Jurnal Ekonomi*, Vol 12.
- Bakewell, C. and Mitchell, V. . (2003). Generation Y Female Consumer Decision-Making Styles. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 31, 95–106.
- Benson, P. (2007). Teachers' And Learners' Perspectives On Autonomy. In *Lamb & Reinders*.
- Burhan, F. A. (2021). Konten Produk Kecantikan & Kuliner Melonjak, TikTok Siapkan Strategi. *katadata.co.id*.
- Compas. (2021). *E-commerce Market Insight*. Jakarta: [compas.co.id](http://compas.co.id).
- Deavaj, e. (2003). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Engel, F. J., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ferguson, S. (2011). A global culture of cool? Generation Y and their perception of coolness. *Young Consumers* 12.3, 265–275.
- Gozhali, I. (2013). *Analisis multivariate program edisi 7*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Joseph., Black, William., Babin, B. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective. Seventh Edition*.
- Indriantoro, N. (2016). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*. Yogyakarta: Penerbit BPF.
- Islamiyah, Z. (2019). Pengaruh Promosi Online dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Dhy Hijab Jombang. *BIMA: Journal of Business and Innovation*, 1(2), 205–211. <https://ejournal.feunhasy.ac.id/bima/article/view/32>
- Istanti, F. (2017). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja dan E-

- Promosi Terhadap Keputusan Belanja Online di Surabaya. *Jurnal Bisnis & Teknologi Politeknik NSC Surabaya*, 4(1), 14–22.
- Janah, M. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Dewi Hijab. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*.
- Juli, E. K. (2022). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Brand Love dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Pengguna Aplikasi Tiktok pada Era Pandemi Covid 19. *JUBIS*, 2775-2216.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 1th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler & Armstrong. (2001). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Universitas Singaperbangsa Karawang (ed.); 13th ed.). Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, H. (2014). Manajemen Pemasaran Jasa. *Salemba Empat*.
- Makmur, Purnomo, E., & Aini, Y. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk & Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen dalam Membeli Beras Lokal (Studi Kasus Desa Rambah Utama). *Jurnal Mahasiswa Prodi Manajemen*, 23–45.
- P, Kotler & Keller, K. . (2008). Marketing Management. *Pearson Education*.
- P, Kotler & Keller, K. . (2012). Marketing Management (14th). *Pearson Education*.
- Pertiwi, R. (2020). Pengaruh Kecintaan Merek (Brand Love) terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Pramudita, Aditia Sovia ; Agustia, R. E. . (2018). E-Service Quality dan E-Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Website Traveloka . com Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan hal yang tidak dapat dihindari oleh setiap negara di dunia , maka informasi bisa diketahui dengan ce. *Competitive*, 15(1), 105–114.
- Purnawijaya, F. M. (2019). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Fasilitas Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kedai 27 Di Surabaya. *Agora*.
- Puspa, A. (2021). TikTok Luncurkan TikTokShop. *Campus Digital*.
- Rangkuti, F. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis & Investasi*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Rustaviani, E. (2021). *Rekomendasi Serum untuk Remaja dari Avoskin*. Blog.Avoskinbeauty.Com.
- Saladin, D. (2012). *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Setiadi, N. J. (2008). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan*

*Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

Statista Research Development. (2020). *Beauty & Personal Care Report*. Singapore: [www.statista.com](http://www.statista.com).

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sutisna & Sunyoto. (2013). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya.

Themba. (2019). Increasing customers' loyalty. The contribution of marketing strategy, service quality and customer satisfaction. *Archives of Business Research* 7.2.