

DAFTAR PUSTAKA

- Fadillah, D. N., & Junaidi, M. R. (2023). *PENGARUH PRICE DISCOUNT DAN PRICE BUNDLING TERHADAP KEPUTUSAN IMPULSE BUYING PADA KONSUMEN CUPQ GO ICE BLEND* (Doctoral dissertation, UIN Surakarta).
- MERI, A. (2023). *PENGARUH DISCOUNT, VIRAL MARKETING DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP IMPULSE BUYING DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM (Studi pada Konsumen PT Rasa Aryaguna Sejahtera Abadi)* (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).
- Irma Ningtias, D., & Surianto, M. A. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Azarine di Gresik. *Journal of Economics and Business UBS*, 13(1).
<https://doi.org/10.52644/joeb.v13i1.1271>
- Mardotillah, A. R., & Ariyanti, M. (2023). PENGARUH ONLINE CONSUMER REVIEW, SOCIAL MEDIA ADVERTISEMENT, DAN INFLUENCER ENDORSEMENT TERHADAP ONLINE PURCHASE INTENTION PRODUK AZARINE DI KOTA BANDUNG. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2).
<https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3088>
- Atila, C. W., Dalimunte, A. A., & Dharma, B. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk

Skincare Azarine Di Kota Medan. *REVITALISASI*, 12(1).
<https://doi.org/10.32503/revitalisasi.v12i1.3927>

Aqillah Ramadhanti. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention Pada Azarine Cosmetic. *E-Proceeding of Management*, 9(3).

Rahma, Y. P., & Setiawan, M. B. (2022). PENGARUH BRAND AMBASSADOR, ELECTRONIC WORD OF MOUTH (e-WOM) DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PRODUK SUNSCREEN AZARINE. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(04).
<https://doi.org/10.34308/eqien.v11i04.1358>

Salsabila, N., & Fadhillah, I. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Azarine Cosmetic Di Pakuwon Mall Surabaya. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 10(2). <https://doi.org/10.37676/professional.v10i2.4669>

Herawati, H., & Putra, A. S. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Azarine Cosmetic. *Journal on Education*, 5(2). <https://doi.org/10.31004/joe.v5i2.1115>

Nur Rahmawati, & Irmayanti Hasan. (2023). Pengaruh Brand Trust dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Azarine yang Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1). [https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6\(1\).12922](https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6(1).12922)

- Mukaromah, M., Zulva, T. N. I., Malida, O. N., & Oktafia, Y. (2021). Analisis psikopatologi kecenderungan impulsive buying pada salah satu mahasiswa Universitas Negeri Semarang. *Jurnal Anak Usia Dini Holistik Integratif (AUDHI)*, 3(1).
- Rahmadiani, Y., Wesnina, W., & Lutfia Zahra, E. (2023). PREFERENSI KONSUMEN PADA CITRA FASHION. *Practice of Fashion and Textile Education Journal*, 3(1). <https://doi.org/10.21009/pftej.v3i1.34932>
- Puspitasari, A. I., & Nirawati, L. (2022). Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Minat Beli Kopi Kenangan di Suncity Mall Sidoarjo. *Jurnal Mirai Management*, 7(3).
- Anindhita, I., Nurhadi, N., & Trinugraha, Y. H. (2023). Preferensi Konsumen Pasar Tradisional di Kabupaten Purbalingga. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 7(1). <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.4414>
- Wijaya, A., & Kinder, L. (2020). Pengaruh Price Bundling dan Product Bundling terhadap Niat Membeli yang Dimoderasi oleh Barang Komplementaritas. *Jurnal Manajemen*, 17(1). <https://doi.org/10.25170/jm.v17i1.866>
- Witarsana, I. G. A. G., Pramana, I. D. P. H., Prabawati, N. P. D., Puja, I. B. P., & Pinatih, I. M. D. P. (2022). Pengaruh Sales Promosi dengan Price Bundling terhadap Keputusan Pembelian Masa Pandemi Covid 19 di Bali. *JSHP: Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 6(2), 89–109. <https://doi.org/10.32487/jshp.v6i2.1445>

Alfhatan, Z. N. (2024). ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAHU SUTRA (Studi Kasus Home Industri Di Desa Ragajaya, Kecamatan Bojonggede, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat) (Doctoral dissertation, Universitas Nasional).

Post, R. L. (2023, November 23). *Azarine Cosmetic Kembali Raih Penghargaan: 1st Winner of Indonesia Best Selling Brands in E-Commerce Market 2023*. Retrieved from <https://www.laraspost.com/bisnis/98710990878/azarine-cosmetic-kembali-raih-penghargaan-1st-winner-of-indonesia-best-selling-brands-in-e-commerce-market-2023>

Sulistiarningsih, R. (2023, Desember 1). *Terviral di Tahun 2023, Ini Dia 5 Brand Skincare Paling Laris dan Ramai di Sosial Media*. Retrieved from Tribun Shopping.com: <https://shopping.tribunnews.com/2023/12/01/terviral-di-tahun-2023-ini-dia-5-brand-skincare-paling-laris-dan-ramai-di-sosial-media>

Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. New Haven, CT: Yale University Press.

Simonsohn, U., & Loewenstein, G. (2006). Mistake #37: The effect of previously encountered prices on current evaluations. *Journal of Marketing Research*, 43(1), 109–120.

Debling, S. (2014). *Consumer psychology and bundling decisions: Perceptions of value and buying intentions*. London: Lambert Academic Publishing