

DAFTAR PUSTAKA

- Faizani, R. D., & Prihatini, A. E. (2020). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baju Merek the Executive Pt Delami Garment Industries. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Huda, F. A. (2017). *Pengertian Populasi, Sampel, Jenis Sampling, dan Teknik Sampling*. 1 Agustus 2017. <https://fatkhan.web.id/pengertian-populasi-sampel-jenis-sampling-dan-teknik-sampling/>
- Indonesia Pasar Potensial Produk Kosmetik*. (2020). Februari. <https://pelakubisnis.com/2020/02/indonesia-pasar-potensial-produk-kosmetik/>
- Izanah, A. (2020). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah (Studi pada mahasiswi FISIP Universitas Diponegoro). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, IX(Iii), 259–267.
- Kontan.co.id. (2020). *MS Glow raih penghargaan setelah catatkan penjualan produk lebih 2 juta per bulan*. 11 September. <https://industri.kontan.co.id/news/ms-glow-raih-penghargaan-setelah-catatkan-penjualan-produk-lebih-2-juta-per-bulan>
- Lutfillah, V., Fatimah, F., & Hafidzi, A. H. (2019). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Merek A3 Fresh O2. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 4 No.2(E-ISSN:2528-0570 P-ISSN:2459-0570), 175–187.
- Mulyono. (2019). *Analisis Uji Asumsi Klasik*. 2 Desember 2019. <https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-uji-asumsi-klasik/>
- Novita, D., Astuti, L. S., Anggraini, F., & Lestari, P. (2020). Pengaruh Promosi Menggunakan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Be Glow Skincare. *Seminar Nasional Riset Dan Teknologi (SEMNAS RISTEK) 2020*, 161–165.
- Riadi, M. (2020). *Keputusan Pembelian (Pengertian, Dimensi, Jenis dan Proses Tahapan)*. 30 Mei. <https://www.kajianpustaka.com/2020/05/keputusan-pembelian-pengertian-dimensi-jenis-dan-proses-tahapan-pembelian.html>
- Sumarni, J. &. (2020). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Merek Scoopy Pada Cv . Trio Motor*. 3(2).
- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga*

Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang.
<https://doi.org/10.31227/osf.io/npjqh>

Wayan, N., Mitriani, E., Putu, N., & Dharmadewi, C. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar*, 15(2), 90–103.