

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, M., Septyadi, K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone : Harga Dan Promosi. *Jmpis*, 3(1), 301–313.
- Aghitsni, W., & Nur, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jimea / Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3), 38–51.
- Amrullah, Siburian, P. S., & Zainurossalamia, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Jeb Unmul*, 13(2), 99–118.
- Apriani, S., & Bahrin, K. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maskara Maybelline. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 2(1), 14–25.
- Azizah, L., Gunawan, J., & Sinansari, P. (2021). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Tiktok Terhadap Kesadaran Merek Dan Minat Beli Produk Kosmetik Di Indonesia. *Jurnal Teknik Its*, 10(2), A438–A443.
- Batubara, M., Silalahi, P., Sani, S. A., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Scarlett Whitening: Studi Kasus Pada Mahasiswi Febi Uin Sumatera Utara. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1327–1342.
- Cahyani, F. G. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(3), 1–19.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace : Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jmpis*, 3(1), 211–224.
- Dzulkharnain, E. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Iqtishadequity*, 1(2), 69.
- Efendi, F., & Aminah, S. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific (Studi Pada Mahasiswa Upn “Veteran” Jawa Timur). *J-Mas*, 8(1), 762–766.
- Ekasari, R., & Mandasari, E. D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk , Digital Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Pixy Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. *Iqtishadequity*, 4(1), 1–10.

- Hanasui. (2023). *About Us*. https://Hanasui.Id/Home/About_Us
- Harahab, D. F., Asman, M., & Isman, I. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Nmax (Studi Pada Konsumen Pt. Mataram Sakti Rimbo Bujang Kabupaten Tebo). *Journal Of Social Science*, 3(2), 9665–9679.
- Hulima, J. S. P., Soepeno, D., & Tielung, M. V. J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Wardah Di Kota Manado The Effect Of Product Quality , Promotion And Pricing On Purchasing Decisions In Wardah Di Kota Manado. *Jurnal Emba*, 9(2), 1167–1177.
- Marhamah, Hildayanti, S. K., & Purnamasari, E. D. (2023). Pengaruh Promosi , Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Klinik Kecantikan Di Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia*, 4(3), 120–131.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 477–4.
- Meidasari, E., Rachmadi, A., Enzovanni, S., & Destyantama, H. (2023). Pengaruh Promosi, Kualitas Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Onejaya77 Busana. *Fluralis*, 2(1), 33–44.
- Mendur, M. E. M., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder The Effect Of Price Perception , Product Quality And Store Atmosphere On Purchasing Decisions At Immanuel Sonder Stores Jurnal Emba Vol . 9 N. *Jurnal Emba*, 9(3), 1077–1086.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi Pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurnal Abiwara*, 1(2), 71–83.
- Ningrum, Puri, L. M., & Ratnasari, E. (2023). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022*. 1(1), 394–403.
- Poespa, A. A. R., Cahyono, R., & Martah, V. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lotion Marina. *Iqtishadequity*, 3(1), 212–223.
- Prilano, K., & Sudarso, A. (2020). Pengaruh Harga , Keamanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Jbe*, 1(1), 1–10.
- Supriyadi, Wiyani, W., & K.N, G. I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand

Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 74–85.

Syafitri, A., Sari, E. R., Sanjaya, V. F., Islam, U., Raden, N., & Lampung, I. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Mahasiswi Uin Raden Intan Lampung). *Al-Mutazim Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(1), 25–38.

Tolan, M. S., Pelleng, F., & Punuindoong, A. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop Mita (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan Iv Kota Manado). *Productivity*, 2(5), 360–364.

Yulia, S., Purba, Y., Listyorini, S., & Pradhanawati, A. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Natasha Skincare (Studi Pada Konsumen Natasha Skincare Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 357–363.

Yunefa, A., & Sabardini, S. E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Emina Di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis*, 1(2), 171–186.