

## Daftar Pustaka

- Agrevinna, M. (2020) Strategi Pengembangan Bisnis Dalam Bidang Kecantikan. Yogyakarta: Tata Rias dan Kecantikan, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta
- Arfah, Y. (2022). Keputusan Pembelian Produk (B. Nasution (ed.)). PT Inovasi Pratama Internasional.
- Bachtar, T.A. (2016). Pengaruh Promosi penjualan dalam bentuk online discount pricing terhadap online impulse buying pada produk fashion: konsumen Lazada [skripsi]. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia
- Damayanti, Ali, S., & Destaiya, M. (2018) Analisis Strategi *E-Promotion* Jasa *Makeup Artist* Melalui Instagram. *Journal of Applied Business Administration*. 2(2):267-277.
- Lugra Agusta Pranawa, I. P., & Abiyasa, A. P. (2019). Digital Marketing dan Hedonisme Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(4), 58. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i4.2250>
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer behavior: Building marketing strategy*. Boston: McGraw-Hill Irwin.
- Lai, Wen-Hsiang, and Nguyen Quang Vinh. (2013). "Online Promotion and Its Influence on Destination Awareness and Loyalty in the Tourism Industry." *Advances in Management and Applied Economics* 3(3): 15–30.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Armstrong. (2015) , *Marketing an Introducing Pretiece Hall twelfth edition, England : Pearson Education, Inc*
- Kotler, Armstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*.Jilid 1, ed.9 Jakarta: Erlangga. p125
- Kuspriyono, Taat. (2017). Pengaruh Promosi Online dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Sariayu Martha Tilaar. *Jurnal Perspektif*, Vol. 15, No. 2.
- Qadafi, M.A., Latief, F., & Mariah. (2023) Pengaruh *E-Promotion* dan Video Content Terhadap Minat Beli Pada Tiktok Shop melalui Costumer Trust sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Bisnis & Kewirausahaan*. 12(2):289-301.



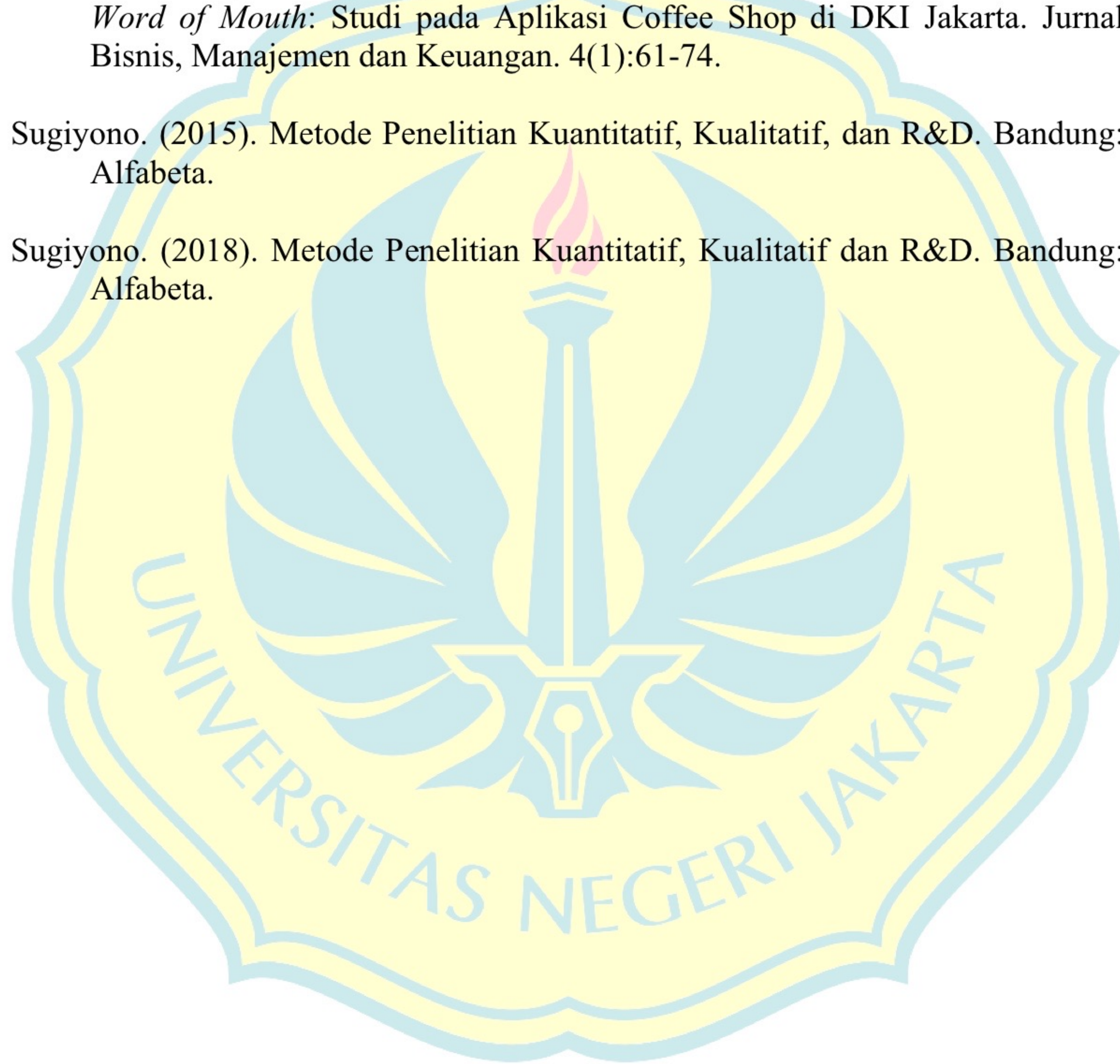
Suarniki, N.N., & Afriana, R.A. (2022) Pengaruh *E-Promotion* Strategic Terhadap Pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 15(1):229-244.

Suryaningtyas. Y. (2015) Analisa Pengaruh Promosi dan Kualitas Jasa Terhadap Keputusan Pembelian di Yanna Anmaris *Makeup* Artist Surabaya. *e-Jurnal Manajemen Kinerja*. 1(2):90-99

Setya Pratama, R., Rivai Prabu, A.K. & Sadat, M.A., (2023) Pengaruh *E-Promotion, E-Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* melalui *E-Word of Mouth*: Studi pada Aplikasi Coffee Shop di DKI Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Keuangan*. 4(1):61-74.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.



*Intelligentia - Dignitas*