

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah Fathiin, dkk. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Produk di Waroeng Spesial Sambal “SS” Condongcatur Timur. *Journal of Culinary Education and Technology*.  
<https://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/boga/article/view/13404>
- Azwar, S. (2014). *Reliabilitas dan Validitas*. Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2017). *Penyusunan Skala Psikologi* (2nd ed.). Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2018). *METODE PENELITIAN PSIKOLOGI* (2nd ed.). Pustaka Pelajar
- Damiati, Masdarini, L., Suriani, M., Adnyawati, N. D. M. S., Marsiti, C. I. R., Widiartini, K., & Angendari, M. D. (2017). *Perilaku Konsumen*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Damiati, Masdarini, L., Suriani, M., Adnyawati, N. D. M. S., Marsiti, C. I. R., Widiartini, K., & Angendari, M. D. (2021). Perilaku Konsumen. In *Widina* (Vol. 5).
- Dr. Usman Effendi, S.Sos., M. M. (2016). *Psikologi Konsumen*. PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Fernanda, R. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Dukungan Selebriti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makeup Emina Pada Mahasiswi. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(1), 138.  
<https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v9i1.5674>

Guzeynova, M. Z., & Lusiana, M. (2024). *Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Dekoratif Pada Mahasiswa Departemen Tata Rias Dan Kecantikan*. 8, 29491–29499.

HASRI ROSANDI, F., & NURLATIFAH, N. (2022). Pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Barang Diskon Pada Mahasiswa Uts Di Minimarket Sumbawa Besa. *Jurnal TAMBORA*, 6(2), 59–65. <https://doi.org/10.36761/jt.v6i2.1994>

Hasan, I. (2019). 4. *Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Online Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang*. 1–14. [http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484\\_SISTEM\\_PEMBETUNGAN\\_TERPUSAT\\_STRATEGI\\_MELESTARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI)

Husna, N. (2023). Pengaruh motivasi konsumen dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian produk Miniso pada generasi Z. *Eprints.Walisongo.Ac.Id*. [https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/21931/%0Ahttps://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/21931/1/Skripsi\\_1807016157\\_NidaaulHusna\\_Lengkap.pdf](https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/21931/%0Ahttps://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/21931/1/Skripsi_1807016157_NidaaulHusna_Lengkap.pdf)

Miranda, A., Latief, F., & Z, N. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Makeover pada

- Mahasiswa ITB Nobel Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 29–41. <https://ejurnal.nobel.ac.id/index.php/malomo/article/view/3446/1722>
- Nurwidawati, D. (2023). *Hubungan Antara Motivasi Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Di Gerai Es Krim X The Relationship Between Customer Motivation And Purchase Decision At Ice Cream Outlet X Abstrak*. 10(03), 391–400.
- Pratiwi, C., Ratnaningtyas, A., Adhandayani, A., Psikologi, F., & Unggul, U. E. (2022). Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online. *Jurnal Psikologi*, 20(2), 35–44.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*. ALFABETA, cv.
- Prasetyo, R. B. (2023). *Pengaruh E-Commerce dalam Dunia Bisnis*. 1(1), 1–12.
- Rusniati, R., & Haq, A. (2022). Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal INTEKNA: Informasi Teknik Dan ...*, 22(1), 9–17. <https://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/intekna/article/view/1227%0Ahttps://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/intekna/article/download/1227/901>
- Rahmah, A. N., & Setiowati, E. A. (2019). Hubungan Antara Penyesuaian Sosial Dengan Keputusan Pembelian Barang Bermerek Pada Remaja Putri Di Semarang. *Proyeksi*, 14(1), 94. <https://doi.org/10.30659/jp.14.1.94-103>

- Rifiyah, D., & Wianti, W. (2025). *Pengaruh Estetika Kemasan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik OMG di Kalangan Milenial dan Gen Z Pada Kelurahan Sukabumi Utara*. 3(c), 108–114.
- Sakti Diana, & Pratama Marynta. (2022). Pengaruh Kelompok Acuan, Gaya Hidup, dan Motivasi terhadap Keputusan Pembelian Polygon di Kebumen (Studi pada Pengguna Polygon di Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 87. <https://www.topbrand-award.com>
- Saniati, F., & Wilujeng, B. Y. (2020). ANALISIS PRODUK KOSMETIK MAKE UP SALAH SATU MEREK GLOBAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. 09, 457–464.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Silva, P. M. (2017). Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 5(3), 352–357. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v5i3.4420>
- Sugianto Putri, C. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *Performa : Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 594–603.
- Selvia Labungani, S., Wulan Sabua, S. D., Tonggeng, N., Zakaria, S., & Rusman, L. (2023). Pengaruh Motivasi dan Gaya Hidup Wanita Muslim Berhijab

Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over (Studi pada Toko Lima Kesempatan Luwuk). *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 01(1), 10–17. <https://doi.org/10.56072/pros.fekon.vxix.xxx>

Talita Ardra Widyadhana, Adelia Maileni Agustin, Dila Amalia, Firda Shauma Destiawan, Nabilla Hapsari Putri Fauzi, Stephanie Aurelia, & Rama Wijaya Abdul Rozak. (2024). Analisis Perilaku dan Preferensi Mahasiswa terhadap Pengalaman Belanja Online dan Offline. *Pajak Dan Manajemen Keuangan*, 1(2), 01–13. <https://doi.org/10.61132/pajamkeu.v1i2.77>

Wulandari, Ingtyas, Y. I., & Pratiwi, P. (2023). DAMPAK PENGGUNAAN MAKE UP TERHADAP PENINGKATAN KEPERCAYAAN DIRI MAHASISWI. 4(1), 26–33.

Wardhana, A. (2024). *Proses Keputusan Pembelian Konsumen*.