

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R. B. (2020). **Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan.** Jurnal Manajemen Kewirausahaan. Vol.17 No.1, 61-68.
- Algustin, W., & Matoati, R. (2020). **Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Minat Beli Ulang Produk Emina pada Generasi Z.** Jurnal Bisnis dan Ekonomi, Vol. 27, No. 1, 1-12.
- Alma. (2005). Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi. **Efektifitas Promosi Dalam Peningkatan Penjualan Produk Kosmetik Di Kota BlitaR,** 12, 29.
- Alwiyah, F. (2019). **Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Di Yogyakarta Tahun 2019.** Skripsi, 1-38.
- Amirah. (2011). **Mekanisme Penentuan Harga: Perspektif Ekonomi Syariah.** Permana, Vol. 4, No. 2, 8.
- Amstrong, K. d. (2001). Ekonomi & Bisnis. **Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura ,** 1, 35.
- Amstrong, K. d. (2012). Ilmu dan Riset Manajemen. **Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap,** 5, 3.
- Amstrong, K. d. (2012). Ilmu dan Riset Manajemen. **Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen ,** 5, 2.
- Angipora. (2009). Ilmu dan Riset Manajemen. **Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap,** 5, 3.
- Arikunto. (2013). **Pengaruh Pola Asuh Single Parent Terhadap Perilaku Seks Pranikah Remaja,** 173.

- Bakti, U., Hairudin, & Alie, M. S. (2020). **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung**. Jurnal Ekonomi, Volume 22, Nomor 1, 101-118.
- Buchari. (2011). Epigram. **Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Maskara Maybelline**, 16, 207.
- Choerunisa, E. F. (2020). **Pengaruh Citra Merek, Word Of Mouth, Persepsi Harga, Dan Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Perilaku Brand Switching (Studi Pada Konsumen Lipstick Maybelline di Kota Semarang)**. Skripsi, 1-16.
- Corey, R. (2018). Epigram. **Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Maskara Maybelline**, 16, 207.
- Darmawan, S. d. (2004). **Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame** , 1, 4.
- Dzulkifli, A. M., Arifin, M. A., & UmmuSalmah. (2020). **Effect of the principles of good corporate governance on satisfaction of inpatients at Bahagia type c hospital**, Makassar City. Elsevier: Enfermería Clínica, Volume 30, Supplement 4, June , 257-260, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.enfcli.2019.10.079>.
- Farhan, M. Y., & Kamal, M. (2016). **Analisis Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Pada Konsumen Nike Di Kota Semarang)**. Diponegoro Journal of Management, 80-89.
- Ferdinand. (2006). **Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame** , 1, 3-4.
- Ferdinand, A. (2000). **Manajemen Pemasaran : Sebuah PendekatanStratejik**. Research Paper Series. Seri Penelitian Manajemen, No.01/Mark/01/2000, Research Paper Series.

- Ghozali, I. (2018). **Pengaruh brand image dan word of mouth terhadap keputusan pembelian**, 63.
- Harjuno, P. (2018). **Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda Scoopy (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta)**. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Haryono, A. T., Setiawan, U., & P, P. D. (2015). **Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry Gemini (Studi Pada Mahasiswa Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran Semarang)**. Journal of Management, Volume 1 No 1, 1-10.
- husein. (2011). **Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Lipstik Wardah**, 181.
- Husein. (2011). **Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Lipstik Wardah**, 179.
- Jesika, S., Juniarsih, D., & Astika, Y. W. (2020). **Pengaruh Kualitas Produk Kosmetik Batrisyia Terhadap Loyalitas Konsumen**. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, Vol 2, No. 2, 126-130.
- Keller, K. d. (2012). Epigram. **Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Maskara Maybelline**, 16, 207.
- Kotler. (2003). **Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame** , 1, 4.
- Kotler. (2005). **Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame** , 1, 4.
- Kotler, G. (2015). Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi. **Efektifitas Promosi Dalam Peningkatan Penjualan Produk Kosmetik Di Kota Blitar**, 12, 29.

- Kotler, P. (2002). **Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2.** Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P. (2003). **Manajemen Pemasaran. Edisi kesebelas.** Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Kriyantono. (2006). **The Impact of Brand Awareness on Purchase Decision: Mediating Effect of Halal Logo and Religious Beliefs on Halal Food in Malang Indonesia, 55.**
- KW, N. I., & Pebrianto, R. (2020). **Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Pond'S Men. Journal of Economic And Business, Volume 1, Nomor 3, 55-66.**
- Labiro, M. K. (2017). **Pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk, pada keputusan pembelian purbasari lipstick Matte studi kasus pada mahasiswi Universitas Sanata Dharma.** Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Mardiana, N. R. (2020). **Analisa Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Emina (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta).** Journal of Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen, Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta, 1-12.
- Panzy. (2015). **Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli, 15-16.**
- Purnama, N. (2006). **Ekonomi & Bisnis. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura , 1, 34.**
- Respati, W. D. (2017). **Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk Lipstik Wardah (Studi Kasus pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember).** Jember: Universitas Muhammadiyah Jember.

- Roslina. (2010). Epigram. **Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Maskara Maybelline**, 16, 207.
- sigit, S. (2000). Manajemen Pemasaran . **Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam**, 185-186.
- Stanton, W. (1994). **Prinsip Pemasaran, Jilid 1, Edisi ketujuh, terjemahan Yohanes Lamarto**. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2011). **Metode penelitian bisnis**, 172.
- Sugiyono. (2012). **Pengaruh Pola Asuh Single Parent Terhadap Perilaku Seks Pranikah Remaja**, 80.
- Sugiyono. (2012). **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D**. Bandung: CV. Alfabeta.
- Taqiyya, Q., Simarmata, P., & Husniati, R. (2020). **Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Wardah Pada Mahasiswa Di Dki Jakarta**. Business Management, Economic, and Accounting National Seminar, Volume 1, 656 - 666.
- Tjiptono. (2007). **Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap keputusan Pembelian Ulang produk Kecantikan**, 28-29.
- Tjiptono, F. (2005). **Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame** , 1, 4.
- Tjiptono, F. (2005). **Brand Management and strategy, Edisi Pertama**. Yogyakarta: Andi.
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). **Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik**. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, Vol.3, No.1, 11-18.