

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran* (1st ed.). Bandung: CU PUSTAKA SETIA.
- Anggraini, E. I. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Pembeli yang juga Menggunakan Kosmetik Wardah di Counter Wardah Matahari Department Store Malang Town Square)*. 73(1).
- Aspan, H., Sipayung, I. M., Muharrami, A. P., & Ritonga, H. M. (2017). The Effect of Halal Label, Halal Awareness, Product Price, and Brand Image to the Purchasing Decision on Cosmetic Products (Case Study on Consumers of Sari Ayu Martha Tilaar in Binjai City). *International Journal of Global Sustainability*, 1(1), 55. <https://doi.org/10.5296/ijgs.v1i1.12017>.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran* (14th ed.). Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Cahyani, N. S., Joyce Lapiam, S. L. H. V., & Tumiwa, J. (2017). The Effect of Brand Image.... 354 *Jurnal EMBA*, 5(2), 354–362.
- De Ayuningrum, L. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Exclusive Matte Lipcream. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(2), 307–315.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen* (3rd ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling* (4th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus- Kasus Pilihan* (1st ed.). Yogyakarta: CAPS.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, media, branding, anggaran* (1st ed.). Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

- Lesmana, R., & Ayu, S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pt Paragon Tehnology and Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 59. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v2i3.2830>
- Limakrisna, N., & Susilo, H. (2012). *MANAJEMEN PEMASARAN Teori dan Aplikasi dalam Bisnis* (1st ed.). Mitra Wacana Media.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Jember: LaksBang PRESSindo.
- Pertiwi, A., & Hermana, B. (2017). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma Yang Mengambil Kuliah Di Kampus Depok). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 22(3), 228989. <https://doi.org/10.35760/eb>.
- PT Martina Berto. (2018). Penjualan Martina Berto. Retrieved from http://www.martinaberto.co.id/download/AR_MBTO_2018_final_29_Apr.pdf
- Puspita, R. C., & Suryoko, S. (2017). *PENGARUH IKLAN, HARGA, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK REVLON (Studi pada Mahasiswa SI Universitas Diponegoro)* Rahmilla Chairani Puspita 1 & Sri Suryoko 2. 1–8.
- Rachma, S. (2018). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK SARIAYU MARTHA TILAAH DI KONTER MARTHA TILAAH PASAR SWALAYAN ADA SEMARANG. Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.* Retrieved from file:///C:/Users/ACER/Downloads/Unknown.pdf
- Rafael, C. (2018). Kemprin: Prospek Industri Kosmetik Dalam Negeri Masih Cerah. 19 Juli 2018. Retrieved from <http://industri.kontan.co.id/news/kemprin-prospek-industri-kosmetik-dalam-negeri-masih-cerah>
- Sangadji, M., & Sopiha. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan* *Jurnal Penelitian* (1st ed.; N. WK, Ed.). Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.

AYU PUTRI PRATIWI, 2020

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK SARIAYU

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi SI Manajemen

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

- Sembiring, D. A., Susanta, H., & Prabawani, B. (2014). Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Mio (Studi pada PT. Yamaha Mataram Sakti di Kota Semarang). *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 1(2), 1–17.
- Setyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. (2015). *PRINSIP-PRINSIP PEMASARAN- Pengenalan Plus Tren Terkini tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing dan E-Marketing* (1st ed.; Maya, Ed.). Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen* (4th ed.; Setiyawami, Ed.). Bandung: ALFABETA, cv.
- Sumartik, Indayani, L., & Jannah, Z. (2019). The Influence of Halal Labelization, Brand Image and Product Quality Towards Consumer Purchase Decisions of Wardah Cosmetic Product. *KnE Social Sciences*, 2019, 13–21. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i26.5355>
- Sunoyo, D. (2015). *STRATEGI PEMASARAN* (1st ed.; T. Atmojo, Ed.). Yogyakarta: CAPS.
- Surmawan, U. (2015). *PEMASARAN STRATEGIK Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan* (1st ed.; U. Sumarwan, Ed.). Bogor.
- Swastha, B. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi , Bisnis & Entrepreneurship*, 1(1), 31–48.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Pemasaran Strategik*. CV. ANDI OFFSET.
- Tri, R. (2019). Kemenperin Optimistis Industri Kosmetik Bisa Tumbuh 9%. *Kemenperin Optimistis Industri Kosmetik Bisa Tumbuh 9%*. Retrieved January 15, 2020, from www.okezone.com website: <https://economy.okezone.com/read/2019/04/10/320/2041420/kemenperin-optimistis-industri-kosmetik-bisa-tumbuh-9>
- 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, 3(1), 11–18.
<https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i1.81>

AYU PUTRI PRATIWI, 2020

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK SARIAYU

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi SI Manajemen

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]