

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, F.N., B.Mursito dan R. Widayanti. 2019. Analisis Citra Merek, Periklanan, Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Uniba Surakarta. *Edunomika* 3(2):462-469.
- Apriliani, R.A.E.P. 2019. Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk, Promosi, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada Qween Cosmetics Wonosobo. *Journal of Economic, Business and Engineering* 1(1): 1-8.
- Arifa, N.A., Hartono dan T.P. Robustin. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga serta Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Riset Manajemen* 1(1):54-63.
- Arikunto, S. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Assauri, S. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Dian, J.S dan A.E. Prinatini. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Natasha Skincare Candibaru Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis* 9(3):232-241.
- Fitriana., Y. Sudodo dan L. Hakim. 2019. Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 2(1):1-9.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi kedelapan. Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- Hasan, A. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS. Yogyakarta.
- Kotler, P. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Prehallindo. Jakarta.
- _____ dan G. Amstrong. 2018. *Principles of Marketing*. Edisi 15. Global Edition. Pearson. England.
- _____ dan K.L. Keller. 2016. *Marketing Management*. Pearson Pretice Hall. England.
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- _____ dan A. Hamdani. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.

- Mowen, J.C dan Minor, M. 2012. *Perilaku Konsumen*. Edisi 5. Erlangga. Jakarta.
- Novianti, T.A. 2020. Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pixy. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 1(1):43-50.
- Purwaningsih, I dan M.M.Rachman. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Wom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina. *Journal of Sustainability Business Research* 1(1):369-375.
- Rachman, R dan T.W. Abadi. 2017. Komunikasi Word Of Mouth Dan Keputusan Pembelian Batik Bangkalan. *Jurnal APIKOM* 3(2):285-295.
- Robustin, T.P dan A. Fauziah. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Masyarakat di Kota Jember. *Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis ke-3*:94-101.
- Rohimah, R.A.E.P.A. 2019. Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk, Promosi, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada Qween Cosmetics Wonosobo. *Journal of Economic, Business and Engineering* 1(1):1-8.
- Rosica, S.A.D. 2016. Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan (Studi Pada Pelanggan London Beauty Center (LBC) di Kota Yogyakarta). *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sari, M.P., L.A. Rachman., D. Ronaldi dan V.F. Sanjaya. 2020. Pengaruh Harga, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Y.O.U. *Jurnal Entrepreneur dan Bisnis (JEBI)* 1(2):122-129.
- Schiffman, L.G. dan Kanuk, L.L. 2014. *Perilaku Konsumen*. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitaitaif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Cetakan kedelapan. Alfabeta. Bandung.
- Sumarwan, U. 2012. *Perilaku Konsumen:Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Suryani, T. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Swasta, B. dan H. Hani. 2015. *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. BPF. Yogyakarta.