

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Assauri, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT.Rajagrafindo Persada, 2015.
- [2] E. M. Sangadji and Sopiah, *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi, 2013.
- [3] A. Setyaningrum, J. Udaya, and Efendi, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 2015.
- [4] F. Tjiptono, G. Chandra, and D. Adriana, *Program Penetapan Harga, Manajemen Strategik*. Yogyakarta: Andi, 2008.
- [5] F. Tjiptono, *SERVICE MANAGEMENT Mewujudkan Layanan Prima*, Edisi 2, Yogyakarta: Andi, 2012.
- [6] A. Marwanto, *Marketing Sukses*, Yogyakarta : KOBIS 2015.
- [7] P. Kotler and K. L. Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jakarta: Erlangga, 2009.
- [8] M. Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis?*, Edisi 3, Jakarta : Erlangga, 2009..
- [9] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta Bandung, 2012.
- [10] D. Sunyoto, *Praktik Riset Perilaku Konsumen (Teori, Kuesioner, Alat, dan Analisis Data)*, Yogyakarta : CAPS, 2014.
- [11] A. Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta : Salemba Empat, 2011.
- [12] F. Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: Andi, 2015.
- [13] N. Limakrisna and T. P. Purba, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 2, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017.
- [14] W. Pride, *Foundation of Marketing*. USA: Houghton Mifflin Company, 2010
- [15] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi 5, Semarang: Badan Penerbit Undip, 2013.
- [16] <https://www.academicindonesia.com/pengertian-mahasiswa/> [diakses pada tanggal 05 Juli 2017]
- [17] Ulfa Yulandasari, 2015, Analisis Pengaruh Harga, Kualitas dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Oriflame PT. Orindo Alam Ayu di Kota Makassar, *Skripsi*, Program Studi Ilmu Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hassanudin, Makassar.
- [18] Manna M. Doloksaribu, 2015, Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi USU, *Skripsi*, Program Studi Ilmu Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sumatera Utara, Medan.
- [19] Luqman Iqbal Al Mubaral, 2015, Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Wardah Cosmetics Di Wardah Beauty House Yogyakarta), *Skripsi*, Program Studi Keuangan Islam Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.

- [20] Novita Putri, 2014, Pengaruh Keragaman Produk Kosmetika Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Oriflame Cabang Pekanbaru, *Skripsi*, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarifkasim Riau, Pekanbaru.



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL