

DAFTAR PUSTAKA

- [1] "BERITA INDUSTRI," Kementerian Perindustrian REPUBLIK INDONESIA, Maret Juni 2018. [Online]. Available: <https://kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20>. [Accessed 21 September 2021].
- [2] Sangadji, Etta Mamang; , Sophia;, Perilaku Konsumen, Yogyakarta: Andi, 2018.
- [3] Firmansyah, M Anang;, Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy, Surabaya: Qiara Media, 2019.
- [4] Anam, Muhammad Syariful; Rosia, Rina; Nadila, Dian Luthvita; Anindita, Tara Ayu;, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Brand image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merk Citra (Studi kasus pada Mahasiswa IAIN Salatiga)," *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, vol. 4 No 1, pp. 120-136, 01 Januari 2021.
- [5] Mauliyani, Evita; Zahra, Surti; Tabrani, Mohamad Bayi;, "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Bedak Marcks di Apotek Kimia Farma Ayip Usman Kota Serang," *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, Vols. 14, No. 1, pp. 166-171, Februari 2021.
- [6] Savarani, Meisya Putri; Oktafani, Farah;, "Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop di Indonesia," Vols. 8, No. 4, pp. 3433-3442, 04 Agustus 2021.
- [7] Rizki Utami, Sherra Adistiana; Ratna, Nina Wija;, "Pengaruh Brand Image dan Product Quality terhadap Purchasing Decision Produk Lipstik Wardah di Kota Sukabumi," *Cakrawala- Repositori IMWI*, Vols. 2, Nomor 2, pp. 40-49, 02 Oktober 2019.
- [8] Mursid;, Manajemen Pemasaran, Jakarta: Bumi Aksara, 2015.
- [9] Papatungan, Putri Rizkia; S. Soegoto, Agus; Roring, Ferdy;, "Pengaruh Promosi dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian di Oriflame Manado," *Jurnal EMBA*, Vols. 6 , No.4, pp. 3703-3712, 04 September 2018.
- [10] Prabarini, Anggun; Heryanto, Budi; Astuti, Puji;, "Pengaruh Promosi Penjualan dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kecantikan Wardah di Toserba Borobudur Kediri," *Jimek*, Vols. 1, Nomor 2, pp. 259-270, 02 Desember 2018.
- [11] Lesmana, Rosa; Ayu, Suci Dara, "Pengaruh Kualitas produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah PT Paragon Tehnology and Innovation," *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, vol. 2 No.3, pp. 59-73, Juni 2019.
- [12] Tjiptono, Fandy;, Strategi Pemasaran, 4 ed., Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2015.
- [13] Rizal, Achmad;, Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0, Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020.

- [14] Manap, H. Abdul;, Revolusi Manajemen Pemasaran, Pertama ed., Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016.
- [15] Dharmawati, Made;, Kewirausahaan, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016.
- [16] Naim, Muh Rezky;, Pengantar Manajemen, Jakarta: Qiara Media, 2019.
- [17] Budianto, Apri;, Manajemen Pemasaran, Yogyakarta: Ombak, 2015.
- [18] Priansa, Donny Juni;, Komunikasi pemasaran terpadu pada era media sosial, Bandung: Pustaka Setia, 2017.
- [19] Arianty, Nel; Andriany, Dewi; Jasin, Hanifah;, Manejemen Pemasaran, Medan: Perdana Publishing, 2015.
- [20] Bancin, John Budiman;, Citra Merek dan Word of Mouth(Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina), Jakarta: Media Publishing, 2021.
- [21] Kotler, Philip; Amstrong, Gary;, Prinsip-prinsip Pemasaran, 12 ed., Jakarta: Erlangga, 2018.
- [22] Haryanto, Rudi;, Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik), Jakarta: Duta Media, 2020.
- [23] Astuti, Miguna; , Suharyati; Sembiring, Rosali; , Nobelson; , Ediwarman; , Marlina; , Sugianto; , Yuliniar; Argo, Jenji Gunaedi; Prayogo, Luhung Bagus; Ariani, Nani; S.Manggabarani, Alfatih;, Keunggulan Kompetitif UMKM Naik Kelas, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2021.
- [24] Indrasari, Meithiana;, Pemasaran & Kepuasan Pelanggan, Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- [25] Puspita, Yohana Dian; Pangestu, Jun Dita; Dwi, Ginanjar; Kurniawati, Rusti; Setyorini, Dewi; Nur, Eka;, Riset populer pemasaran jilid 2, Bandung: Media sains Indonesia, 2021.
- [26] Alma, Buchari;, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Bandung: Alfabeta, 2016.
- [27] Suprayanto, R.W; , Rosad;, Manajemen Pemasaran, Jakarta: in Media, 2015.
- [28] Brahim, Muh Nur Eli;, Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga SMK/MAK Kelas XI semester 2. Bidang Keahlian Bisnis dan Manajemen. Program Keahlian Akuntansi dan Keuangan. Kompetensi Keahlian Akuntansi dan Keuangan Lembaga, Yogyakarta: Andi Offset, 2019.
- [29] Waluyo, Lukman;, Pengantar Komunikasi Pemasaran Digital, Pertama ed., Malang: Madza Media, 2021.
- [30] Sugiono;, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta Bandung, 2017.

- [31] Siregar, Syofian;, Metode Penelitian Kuantitatif, Jakarta: Kencana, 2017.
- [32] Sujarweni, V Wiratna; Utami, Lila Retna;, The Mater Book Of SPSS, Yogyakarta: Anak hebat Indonesia, 2019.
- [33] Supardi, Sudiby; Surahman;, Metodologi Penelitian, Jakarta Timur: CV Transinfp Media, 2014.
- [34] Noor, Juliansyah;, Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen, Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2014.
- [35] Ghozali, Imam;, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23, Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponegoro, 2013.
- [36] Marzuki, Agustina; Armereo, Crystha; Rahayu, Pipit Fitri;, Praktikum Statistik, Malang: Ahlimedia Press, 2020.
- [37] Az-Zahra, Afiffah Fathia; Sudrajat, Ratih Hasanah;, "Pengaruh Brand Ambassador NCT 127 dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic," *e-Proceeding of Management*, vol. 8 No.5, pp. 7017-7025, 05 Oktober 2021.
- [38] Ayunita; Welly Muskita, Susana Magdalena;, "Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Online Shop Thy Thy) di Kota Sorong," *Jurnal BADATI Ilmu Sosial & Humaniora*, vol. 4 No 1, pp. 42-53, 01 April 2021.

UNIVERSITAS
MIKROSKIL