

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Ed Revisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Basu Swastha dan Irawan. 2005. *Asas-Asas Marketing*. Liberty. Yogyakarta.
- Chaves, Julious Chesar. 2017. “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Cuaca terhadap Keputusan Pembelian Susu Sapi Segar Murni Siap Minum Dalam Kemasan Merek Kana Milk*”. Simki-Economic. Volume 01. Nomor 08 Tahun 2017 ISSN: BBBB-BBBB
- Ernawati, Diah. 2019. “*Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk HI JACK Sandals Bandung*”. Jurnal Wawasan Manajemen, Vol. 7 Nomor 1, 2019
- Ferrinadewi, Erna. 2005. “*Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya*”. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Volume 7. Nomor 2, September 2005:139-151
- Fetritzen dan Aziz. 2019. “*Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Merek AICOS Produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia*”. OSF Preprint. March 11. doi 10.31219/osf.io/w6dt5
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivarite dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi Ketujuh. ISBN:979.704.015.1. Semarang: Basan Penerbit Universitas Diponegoro.
- <https://review.soco.id>
- <https://reviews.femaledaily.com>
- Khadijah dan Khuzaimah. 2017. “*Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Tas Sophie Martin pada Business Centre Umi Sutindarwati Gresik*”. GEMA Ekonomi Jurnal Fakultas Ekonomi. Volume 06. Nomor 02, Desember 2017. Hal 202-216
- Kotler, Philip dan Armstrong, 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke Duabelas. Jilid 1. ISBN 0-13-239002-7. Penerbit Erlangga.

- Kotler, Philip dan Amstrong, 2012. *Principles of Marketing*. 15th Edition. Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas, Jilid 1. ISBN 979-691-365-8. Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jilid 2. PT Indeks.
- Kuncoro, M. 2010. *Masalah, Kebijakan, dan Politik, Ekonomika Pembangunan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mahardika, Angkondya Safrilla. 2018. “*Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kosmetik Korea Di Surakarta*”. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Volume 1. Nomor 1, 2018
- Octaviona, Nanda. 2016. “*Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gadget di Toko Suryaphone Samarinda*”. *E-journal Psikologi*. Volume 4. April 2016 : 397-407 ISSN 2477-2674
- Peter J. Paul dan Jerry C. Olson. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Buku 2. Salemba Empat, Jakarta.
- Pralina dan Edwar. 2017. “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Surabaya Town Square*”. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. ISSN:2337-6708 Volume 01. Nomor 01, 2017
- Samosir dan Prayoga. 2015. “*Jurnal Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C*”. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. Volume 1. Nomor 3, November 2015
- Sari, Hayuningtias dan Tjahjaningsih. 2018. “*Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Kapur Barus Merek Bagus Studi Pada Konsumen Giant BSB Semarang*”. *Prosiding SENDI\_U 2018* ISBN 978-979-3649-99-3
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Septeri, Asep. 2018. “*Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Citra Merek serta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bloods Industries di Kota Bandung*”. Thesis. Bandung: Perpustakaan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Unpas Bandung.

Smith, Elisabeth. 2016. “*Perancangan Bauran Promosi pada Usaha Makanan Perusahaan Pie Elis*”. PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis. Volume 1. Nomor 5, Desember 2016

Soliha dan Muharam. 2017. “*Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio*”. Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers Unisbank Ke-3. ISBN : 9-789-7936-499-93

Sugiyono. 2010. “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*”. Cetakan ke 11. Alfabeta Bandung.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi III. Andi. Yogyakarta.

[www.maybelline.co.id](http://www.maybelline.co.id)

[www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)

[www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

[www.m.youtube.com](http://www.m.youtube.com)