

DAFTAR PUSTAKA

- Aristo.S.F. (2016). Pengaruh Produk,Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Woles Chips. . *Jurnal Performa*, Vol.01.No.4.
- Award, T. B. (2018, Januari 13). *top brand survey lipstick* . Retrieved from www.topbrand-award.com: (<http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey>)
- David.F.R. (2014). *Strategic concepts and cases management a competitive advantage approach (Edisi 14)*. Florence.USA.
- Elliot.G., T. (2012). *Marketing*. Australia.
- Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali.I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS (Edisi 7)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habibah.U., S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah diKota Bangkalan Madura . *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol.1.No 1.
- Hang.L.X., Z. (2016). Study Of The Influence of Brand Image on Costumers Online Shopping Intetion In the Case Of Cosmetics. *Universitas China*.
- Hanifah. (2017). Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame. *Jurnal Ilmu Riset Manajemen*, Vol.6. No.11.
- Hutomo.S. (2010). *Metode Penelitian Pemasaran*. UMM Press.
- Kotler. P., A. (2013). *Principles of Marketing*. London.
- Kotler., A. (2010). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler., K. (2009). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler., K. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi., R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marita.K.G., S. (2014). The Senior Citizens Loyaltyand Services Satisfaction on The Use Of their IDS In purchashing Consumer Products Cagayan Valley Computer and Information Teknologi College Inc. *Centro East Santiago City Phillipines*, 155. (halaman 58-62).
- Paul.J.P., O. (2010). *Constumer Behaviour and Marketing Strategy (Edisi 9)*. New York: Mc Graw Hill.
- Sari.R.P. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian pada Mamasuka (Kitchen Store) Samarinda. *E-Jornal Ilmu Administrasi*, Vol.5.
- Sekaran.U. (2005). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Thesis Bisnis*. Jakarta: PT: Raja Grafindo Persada.
- Sekaran.U., B. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis* . Jakarta: Salemba empat.
- Setyarko.Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian Produk secara Online. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur*, Vol.5. No.2.
- Soffyan.A. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers (Cetakan 10).

- Supangat.A.H. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Terhadap Keputusan Pembelian Tas DiIntako . *Jurnal STIESIA*, Vol.6.No.1.
- Tjiptono.F. (2012). *Pemasaran Strategi*. Yogyakarta.
- Tjiptono.F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta.
- Wulandari.R.D., I. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik . *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Fakultas Ekonomi*, 2(1):1-15.
- Yulvianti.P., O. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik By Lizzle Para (Studi Pada Tayangan Beauty Vlog Lizzle Para). *Jurnal Telkom*, Vol.4.No.2.