

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad A, Dan Pandjaitan D. (2017). Metode Penelitian Untuk Bisnis. Lampung : FEB Universitas Lampung.
- Berkowitz, M.W. (2002). *The Science of Character Education*. In Damon, W. *Bridging in a New Era in Character Education*. USA : Hoover Institution Press.
- Darmanah, Garaika. (2019). Metodologi Penelitian. Lampung : CV Hira Tech.
- Dharmmesta, Basu Swastha Dan Handoko, Hani (2000), Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen, Edisi Pertama, Yogyakarta. BPE UGM.
- Dinawan, M. (2010). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* Volume IX, No. 3 : Halaman 335 – 369.
- Dyanasari dan Harwiki, W. (2018). Perilaku Konsumen. Deepublish : Yogyakarta.
- Firmansyah, M. Anang. (2018). Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ferrinadewi, Erna. (2005). Atribut Produk Yang Dipertimbangkan Dalam Pembelian Komestik Dan Pengaruhnya Pada Kepuasan Konsumen Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Volume Ketujuh, No.2. September 2005.
- Ghozali, I. (2018) Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. 9th Edn. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. (2002). Metodologi Riset. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kotler, Philip, Gary Armstrong. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi Ke-12. Jilid Ke- 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran 1. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip dan Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Rajawali.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Mowen, John dan Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Peter, J. Paul & Olson Jerry. C. (2000). *Customer Behavior: Strategi Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 2 Edisi 4. Jakarta. Erlangga.
- Peter, Olson. (2005). *Consumer Behaviour and Marketing Strategy*. New York: Mc. Graw Hill.
- Putri, E. (2016). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah*. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Priyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Surabaya : Zifhatama Publishing.
- Rangkuti, Freddy (2002), *Measuring Customer Satisfaction*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi 3*. Jakarta: CV Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2016). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, Leslie. L. (2007). *Consumer Behavior*. America: Pearson Prentice Hall.
- Stefani,Selfi. (2013). *Analisis Pengaruh Iklan Televisi, Celebrity Endorser, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Berlabel Halal “WARDAH”*. Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung : ALFABETA.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V.W. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.
- Syahrida, Yeni. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah*. Medan : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Tranggono, Retno IS dan Latifah, Fatma. 2018. *Buku Pegangan Dasar Kosmetologi*. Sagung Seto : Jakarta.
- Yaumil. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah*. Makassar : Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Yuliara, I. (2016). *Regresi Linier Sederhana*. Bali : Universitas Udayana, FMIPA.