

## DAFTAR PUSTAKA

- Adibah, Refina Ayu. (2019). *Analisis Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- Adihardianto, Budi., Zuhdi, Saefudin. (2015). *Pengaruh Kemasan Produk dan Label Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan Bogor.
- Ainun, Jariah. (2013). *Analisis Faktor-Faktor Pribadi yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian*. Jurnal STIE Widya Gama Lumajang.
- Armstrong, Michael. (2014). *Performance Management (alih Bahasa: TonySetiawan)*. Yogyakarta: Tugu
- Andikarini, Destalianiko. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Pada Keputusan Pembelian Untuk Lipstik Wardah Berdasarkan Karakteristik Demografis di Yogyakarta*. Skripsi. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Yogyakarta.
- Anggraeni, P., dan Madiawati, P. N. (2016). *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs www.Traveloka.com*. eProceedings of Management. Vol.3, No.2.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arifiana, Windya Eka., Kumadji, Srikandi., Fanani, Dahlan. (2012). *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Universitas Brawijaya.
- Bilgies, A. F., dan Nasrullah, H. (2019). *Pengaruh Faktor Model, Mutu dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sarung Tenun Pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Di Parengan Maduran Lamongan*. Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora. Vol.11, No.1.
- Cahyanti, Tri. (2016). *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purworejo*. Jurnal Universitas Muhammadiyah Purworejo.
- Calvin dan H. Samuel. 2014. *Analisa Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Economic Benefit Terhadap Niat Pembelian polis asuransi PT Sequislife di Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra 2(1).

- Citranuari, Sekar Jingga. (2015). *Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Studi Pada Konsumen Produk Kecantikan Ponds di Universitas Negeri Yogyakarta*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Delgado, B., M. A, J.L Elena, dan Y. Guillen. (2013). *Development and Validation of A Brand Trust Scale*. International Journal of Market Research, 45(1).
- Engel, Blackwell, dan Miniad. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fitriani, Desi., Ramayani, Citra., Areva, Desi. (2013). *Pengaruh gaya Hidup dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pond's Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat*. Jurnal STKIP PGRI Sumatera Barat.
- Ghozali, I. (2014). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Gusrita, Tira Juli. (2018). *Pengaruh Labelisasi Halal, Gaya Hidup, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Lightning Series Di Kota Padang (Studi Kasus pada Mahasiswa STKIP PGRI Sumatera Barat)*. Jurnal Manajemen.
- Handayani dan Martini, Ida. (2015). *Analisis Faktor Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomart Studi Kasus di Kota Semarang*. Jurnal ekonomi manajemen akuntansi. No.38. Volume 22.
- Hanifah. (2017). *Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Merk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol.6, No.11.
- Hidayat, I., Arifin, R., dan Priyono, A. A. (2017). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga dan Kualitas Informasi Penggunaan E-Commece Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Bukalapak.com (Studi Pada Mahasiswa S1 Fak. Ekonomi UNISMA Angkatan 2013)*. Jurnal Ilmiah Riset Manajemen. Vol.6, No.3.
- Ilmiyah, K., dan Krishernawan, I. (2020). *Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Mojokerto*. Maker: Jurnal Manajemen. Vol.6, No.1.

- Irmayanti., Irawati, Dwi. (2015). *Atribut Produk Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen Pada Produk Kosmetik Caring Colours*. Jurnal Universitas Muhammadiyah Purworejo.
- Jasfar, Farida. (2012). *Teori dan Aplikasi: kunci keberhasilan bisnis jasa*. Jakarta: selembah empat.
- Juliandi, A., Irfan, dan Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi: Sukses Menulis Skripsi & Tesis Mandiri*. Medan: UMSU Press.
- Juliandi, A., Irfan, Manurung. S., dan Satriawan, B. (2016). *Mengolah Data Penelitian Bisnis dengan SPSS*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan AQLI.
- Kasiran, Moh. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. Malang: UIN Maliki Press
- Kemenperin RI. (2020). *Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik*. Tersedia pada [www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id)
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14th Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P. dan Gary, A. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi ke-12 Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Gary, A. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Kurniawati, Mika. (2020). *Pengaruh Harga, Gaya Hidup, dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Elzatta di Kota Palembang*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
- Lubis, Sahromadani. (2020). *Pengaruh Kepercayaan Merek (Trust in Brand) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Kosmetik Marhadi*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Nainggolan., dkk. (2020). *Perilaku Konsumen Di Era Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Nisfiannoor, Muhammada. (2009). *Pendekatan Statistika Modern*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ningsih, Magfirola Setia. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik berlabel Halal Wardah*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Pekanbaru.

- Octaviani, Nadia Wiranata., Sumitro. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal, Brand Ambassador, dan brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Priansa, Donni Juni.(2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabet: Bandung
- Pride, W. dan O.C. Ferrell. (2010). *Marketing. 15th ed.* South Western Cengage Learning. Canada.
- Prilano, K., Sudarso, A., dan Fajrillah, F. (2020). *Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada*. Journal of Business and Economics Research (JBE). Vol.1, No.1.
- Rahmilla., dkk. (2017). *Pengaruh Iklan, Harga, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon (Studi pada Mahasiswa S1 Universitas Diponegoro)*. Journal Of Social And Politikal
- Rappe. (2015). *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Wardah Cosmetic Pada Mahasiswi Strata-1 (S1) Universitas Muhammadiyah Kendari*. Jurnal Universitas Muhammadiyah Kendari.
- Rosica, Sanda Amida Dike. (2016). *Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta..
- Sathish, S. dan A. Rajamohan. (2012). *Consumer Behaviour And Lifestyle Marketing*. International Journal of Marketing, Financial Services, and Management Research. 1(10).
- Sekaran, Uma. (2013). *Research Methods for Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Septiani, Ryma Dwi Ananda. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup, Brand Image, Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Tulungagung*. Jurusan Ekonomi Syariah. Skripsi. IAIN Tulungagung
- Setiadi, Nugroho J.(2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Setiadi, Nugroho. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga (Vol. 3)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi, Edisi 1*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan Ke-25. Bandung: Alfabeta.
- Suharsono, R. S., dan Sari, R. P. (2019). *Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab*. Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis (JAMIN). Vol.1, No.2.
- Sujarweni, W. (2012). *Metode Penelitian Lengkap Praktis dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, Danang. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Caps.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset
- Widodo, Tri. (2015). *Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Indomie (Studi Kasus Mahasiswa universitas Muhammadiyah Surakarta)*. Skripsi, Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Yuswanto, Slamet . (2019). *Merek Nafas waralaba*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Yulim, Rosalia . (2017). *Pengaruh Dimensi Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Konsumen Shampo Clear Studi Pada Konsumen Shampoo Clear di Bandar Lampung*. Skripsi. Universitas Lampung.