

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Arief, S. (2017). Pengaruh Harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen dan start-up Bisnis*.2(1), 46-53.
- Agustina, Rizki Dwi. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Motivasi Evaluasi Kognitif Untuk Berkunjung Pada Ex. Dejvasche Bank (Museum Bank Indonesia Surabaya. *Jurnal Unair*
- Amanah, Dita. 2010. “Pengaruh Harga, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Majestyk Backry & Cake Shop Cabang H.M Yamin Medan”. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 2(1): Universitas Negeri Medan.
- Azwar, S. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta:Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2012). *Reliablitas dan Validitas*. Yogyakarta:Pustaka Pelajar.
- Azwar,S. (2014). *Penyusunan skala Psikologis*. Yogyakarta:Pustaka pelajar Offset.
- Ambarwati, M., Sunarti., & Kholid, M, M. (2015). Pengaruh citra merek terhadap minat beli (survei pada mahasiswa universitas Brawijaya yang menggunakan pasta gigi Pepsodent). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 25(1), 1-7.
- Catur, A, M., Kumadji, S., & Abdilah, Y. (2014). Pengaruh *word of mouth* terhadap minat beli serta dampaknya pada keputusan pembelian ( survey pada mahasiswa pengguna kartu seluler GSM “IM3” Angkatan 2011/2012 dan 2012/2013 Fakultas ilmu administrasi Universitas Brawijaya Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 12(1), 1-7.
- Dewi, E, S, T. (2016). Pengaruh gaya hidup, label Halal dan harga terhadap keputusan pembelian keputusan kosmeik wardah pada Mahasiswa program studi Manajemen fakultas Ekonomi Universitas Medan Area. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*. 3(1), 47-61.
- Durianto, D., Sugiarto.,& Sitinjak, T. (2001). *Strategi menaklukan pasar riset ekuistas dan perilaku merek*. Jakarta:Gramedia.
- Fakih, M. (2004). *Masyarakat sipil untuk transformas social*.Yogyakarta:Pustaka pelajar.
- Ferdinand, A. (2002).*Manajemen pemasaran*.Edisi pertama.Jakarta:Erlangga.

- Ferrinadewi,E, 2005. Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya, Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra Surabaya.7(2).
- Gani,I.,& Amalia,S.(2015).*Alat Analisis Data: Aplikasi Statistik untuk Penelitian*. Yogyakarta:Penerbit Andi.
- Garvin, D. A. 1998. *Managing Quality*. New York:*The Free Press*.
- Hadi, S. (2000). *Metodologi Riset*. Yogyakarta:Pustaka Pelajar.
- Harindra,L,O.,Hidayat,W.,& Prihartini,A,E.(2016).Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, terhadap keputusan pembelian pada kedai digital 23 semarang. *Jurnal STIE Semarang*.8(2). 92-121.
- Harjati, L., & Olivia, L,S,G. (2014). Pengaruh persepsi Kualitas produk terhadap keputusan pembelian The Body Shop. *E-Journal WIDYA Ekonomika*. 1(1),25-30.
- Hayati,Y,H., & Sekarjati,G. (2015). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di restoran bebek dan ayam goreng pak ndut Solo. *Jurnal ilmiah Manajemen fakultas Ekonomi*. 1(1),49-56.
- Hurlock,E.B, (1980). Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan, Edisi Kelima. Erlangga, Jakarta.
- Adriyati,R.,& Indriani,F.(2017). Pengaruh electronic word of mouth terhadap citra merek dan minat beli pada kosmetik wardah. *Diponegoro Journal Of Management*. 6(4), 1-14.
- Kotler, P.,& Keller (2008). *Managemen pemasaran*. Edisi keduabelas. Jilid 2. Jakarta : PT. Indeks.
- Kotler, P.,& Keller (2009). *Managemen pemasaran*. Edisi ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler,P., & Susanto(2001). *Manajemen Pemasaran di Indonesia, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Edisi Pertama, Jilid II, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

- Mauliana, S, H., (2016). Saat kosmetik Halal memimpin pasar. Diakses tanggal 10 september 2019. Dari : <https://tirto.id/saat-kosmetik-halal-memimpin-pasar-bP4r>.
- Monks, F.J., Knoers, A,M & Haditono, S,R. (2001). *Psikologi perkembangan: pengantar dalam berbagai bagianya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nuraini, E.K. (2000). Hubungan antara harga diri dengan minat membeli pakaian bermerek dan model terbaru pada remaja putri. Skripsi (tidak diterbitkan). Yogyakarta: Universitas Wangsa Manggala
- Nurtjahjanti, H., (2012). Hubungan antara persepsi terhadap harga dan kualitas produk dengan minat membeli produk fashion onlineshop di facebook pada mahasiswa politeknik X semarang. *Jurnal psikologi undip*. 11(2), 1-8.
- Retnowulan, J. (2017). Pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap minat beli smartphone Xiaomi. *Jurnal cakrawala*. XVII(2), 139-145.
- Rizki, R. (2018). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen produk kosmetik wardah ( studi kasus konsumen matahari Departement store mall ska Pekanbaru). *JOM FISIP*. 5(1), 1-12.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Costumer behavior 7<sup>th</sup> edition* (perilaku konsumen). Jakarta barat: PT Index.
- Sugiono. (2009). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta
- Sukmawati., & Suyono. (1994). Analisis pengaruh karakteristik bintang idola iklan *celebrity endorse* terhadap minat beli konsumen sebuah merek multivitamin. *Jurnal manajemen dn kewirausahaan* , 3(1), 1-5.
- Suryabrata, S. (2002). *Psikologi Pendidikan*. Raja Grafindo Persada : Jakarta.
- Susanti, D. (2017). Pengaruh kualitas produk terhadap minat konsumen dalam membeli produk Tupperwere pada perumahan Griya tika utama Pekanbaru. *Fakultas ekonomi UMSB*. 3(5), 23-32.
- Tumangkeng, G,A. (2013). Kualitas produk, suku bunga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan KPR Bank BTN cabang Manado. *Jurnal riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. 1(4), 78-85.
- Walgito, B. (2001). Psikologi umum. Yogyakarta: Andi Offset.

- Widjaya, E, P., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2016). Pengaruh diskon terhadap minat beli serta dampaknya pada keputusan pembelian ( study pada konsumen yang membeli produk diskon di matahari departemen store pasar besar malang). *Jurnal administrasi bisnis (JAB)*. 38 (2), 184-193.
- Wijaya, T. (2001). *Manajemen kualitas jasa*. Jakarta : Indeks.
- Yoebrilianti, A. (2018).Pengaruh promosi penjualan terhadap minat beli produk fashion dengan gaya hidup sebagai variabel moderator (survei konsumen pada jejaring social) . *jurnal Managemen* . 8 (1), 20-41.
- Yohana, F., Cahya, Palupi, M & Sahat, S. (2012). Faktor yang mempengaruhi minat beli produk makanan dan minuman usaha kecil menengah Kabupaten Tangerang. *Jurnal manajemen dan kewirausahaan*. 14(2),164-171.
- Frontier Consulting Group. (2016). Top Brand Award. Internet. Diakses pada 23 September 2019. Diakses melalui <http://www.topbrand-award.com/>
- Kemenperin. (2015). Produk impor kuasai pasar kosmetik. Internet. Diakses pada 23 September 2019. Diakses melalui [www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id)
- <https://www.kompasiana.com/winnym/5cd971de95760e795f3263a2/tren-halal-pada-industri-kosmetik-waterproof-halalkah?page=all#sectionall>
- Wardah.( 2015). Profil Wardah Kosmetik. *Internet*. Diakses pada 24 april 2019 pukul 20:45. Diakses melalui : <http://wardahbeauty.com>
- Wolipop. Diakses tanggal 17 Februari 2020. Dari : <https://wolipop.detik.com/makeup-and-skincare/d-1872821/wanita-lebih-stres-tak-bermake-up-dibanding-wawancara-kerja>
- WWW.Wardahbeauty.com. Diakses 21 september 2019. Dari : [file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/17.04.3357bab1%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/17.04.3357bab1%20(2).pdf)