

DAFTAR PUSTAKA

Ainiyatull. *Kecantikan Kulit*

<http://ainiyatul19071998.blogspot.com/2014/02/pengertiankosmetika.html>. [16 Maret 2020]

Arróliga Araica; Blandón Ruíz. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi terhadap Keputusan Konsumen*, 3(2), 54–67. <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>

Christian, K., Handoyo, S., Kelvin, Hondo, P., & Fitriano, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rem Cakram dan Rem Tromol Motor Honda Matic Pada PT. MEGA ANUGERAH MANDIRI MEDAN. *Wahana Inovasi*, 8(2089–8592), 44–53.

Dak, O., & Penelitian, M. (2010). *Objek dak Metode Penelitian 3.1.*, 44–60.

Dovchin, B. (2014). *Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. NAILAH ADI KURNIA SEI MENCIRIM MEDAN*, 14(May), 135–143.

Fentura, B. (2013). Bab Iii Metode Penelitian a. *METODE PENELITIAN ILMIAH*, 84(1), 487–492. <http://ir.obihiro.ac.jp/dspace/handle/10322/3933>

Ge, Z., Chen, D., Zhang, J., Rao, J., Yin, J., Wang, D., Wan, X., Shi, W., & Liu, S. (2007). Facile Synthesis of Dumbbell-Shaped Dendritic-Linear-Dendritic Triblock Copolymer Via Reversible Addition-Fragmentation Chain Transfer Polymerization. *Journal of Polymer Science, Part A: Polymer Chemistry*, 45(8), 1432–1445. <https://doi.org/10.1002/pola.21914>

Gunawan dan Susanti. (2015). *Pengaruh Bauran Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline di Kota Padang Ade*, 9.

Gürbilek, N. (2013). Definisi Operasional Variabel. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Gürbilek, N. (2013). Journal of Chemical Information and Modeling. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Herdiana. (2013). Journal of Chemical Information and Modeling. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Hoffmann, C., Spiegl, U. J. A., Hauck, S., Bühren, V., & Gonschorek, O. (2013). Die Ventrale Spondylodese Beim älteren Patienten - Overtreatment Oder Sinnvolle Therapieoption? *Zeitschrift Fur Orthopadie Und Unfallchirurgie*, 151(3), 257–263. <https://doi.org/10.1055/s-0032-1328522>

Ilmu Administrasi, F. (2014). Pengaruh Citra Merek terhadap Word of Mouth dan Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Dapoer Mie Galau Jalan

- Selorejo 83 Malang) Prima Conny Permadi Srikandi Kumadji Andriani Kusumawati. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol, 10(1)*, 1–7.
- Issa, J. (2019). Analisis Pengaruh Faktor. *Analisis Pengaruh Faktor*, 8(5), 55.
- Muhammad Fathur Riza1, Azis Fathoni, S.E., MM.2, Leonardo Budi Hasiholan, S.E., M. . (2017).. *Analysis of the Effect of Brand Equity, Product Quality, Product Diversity Toward Purchase Decision with Interest Consumer buy As Mediation Variables*, 4, 1–14.
- Mulyana, M. (2001). Strategi Promosi dan Komunikasi. *Strategi Promosi Dan Komunikasi*, 57–63.
- Pustaka, K., Pemikiran, K., & Hipotesis, D. a N. (2004). *Bab II Kajian Pustaka , Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis. i*, 16–45.
- Riska Dwi Silviana Sari, S. S. & R. S. D. (2013). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pakuwon Asri Resident Kaliwungu, Kendal*. 1–9.
- Rizki, R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Wardah. *Jom Fisip*, 5, 1–12.
- Robustin, T. P., & Fauziah, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Masyarakat di Kota Jember. *Jurnal.Unej.Ac.Id*, 94–101.
- Scarlet, D. (2013). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Setywan, Samhis, *Pengertian Promosi-Tujuan, Fungsi, Komponen, Bentuk, Para Ahli*. <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-promosi/>[19 Maret 2020]
- Situmorang, I., Jushermi, J., & Marhadi, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Merek Pond's pada Remaja di Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 4(1), 72–86.
- Soegoto, A. S., Mandey, S., & Sari, R. L. (2014). Citra Merek, Harga dan Promosi Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas pada Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2), 1222–1232.
- Soewito, Y. (n.d.). *Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio*, 1(3), 218–229.
- Sugiyono (2013: 13). *Metodelogi Penelitian 3.1*, 38–50.
- Sugiyono. (2016). *Definisi dan Operationsl Variabel Penelitian*, 41–70.
- Syamsidar, R. (2019). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi Kualitas Produk , Persepsi Harga , Citra Merek dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian*. 26(2), 146–154.
- Vogt, W. (2015). Random Sampling. *Dictionary of Statistics & Methodology*,

5(1), 15–24. <https://doi.org/10.4135/9781412983907.n1598>

Wahyono, Budi. *Pengertian Brand (Merek)*
<http://www.pendidikanekonomi.com/2012/11/pengertian-brand.html>. [19
Maret 2020]