

## DAFTAR PUSTAKA

- Amrullah, A. R., & Agustin, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(7).
- Anoraga, P. (2009). *Manajemen Bisnis*, PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian*.
- BPOM, R. I. (2013). *Pedoman teknologi formulasi sediaan berbasis ekstrak*. Jakarta: Badan Pengawasan Obat Dan Makanan.
- Budiyanto, A., & Destilestari, D. (2017). *PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA SMARTPHONE MEREK SAMSUNG* Albert. 20(3), 79–101.
- Daud, M., Artono, A., & Prastiti, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Sepeda Motor Honda (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Kadiri). *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(1), 67–78.
- Diastri, P. A., Triastity, R., Studi, P., Fakultas, M., Universitas, E., & Riyadi, S. (n.d.). Pengaruh harga, kualitas produk, dan merek terhadap minat beli konsumen. 629–636.
- Ferdinand, A. (2002). *Structural equation modeling dalam penelitian manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hasan, A. (2008). *Manajemen Pemasaran dan Marketing*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Hasan, A. S. (2008). *Making input comprehensible for foreign language acquisition*. *Damascus University Journal*, 24(2), 31–53.
- Kotler, N. G., Kotler, P., & Kotler, W. I. (2008). *Museum marketing and strategy: designing missions, building audiences, generating revenue and resources*. John Wiley & Sons.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*, edisi 11, alih bahasa Benyamin Molan. PT Intan Sejati Klaten, Jakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran jilid 1 edisi 12*.

Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of marketing*. Pearson education.
- KOTLER, P. H., Bowen, J., & Makens, J. (1999). *Hospitality and tourism marketing*. Prentice Hall, Inc, International edition.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009a). *Dirección de marketing*. Pearson educación.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009b). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta: Erlangga, 14.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen pemasaran jasa: teori dan praktik*. Jakarta: Salemba Empat, 101.
- Muljani, N., & Koesworo, Y. (2019). *International Journal Of Research Culture Society The Impact of Brand Image, Product Quality and Price on Purchase Intention of Smartphone*. *International Journal of Research Culture Society*, 3(1), 99–103.
- Nabilatul Abda, E. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Minat Beli Konsumen Toko Vizcake Pekanbaru. *JOM FISIP Edisi II Juli – Desember*, 5(Edisi II Juli – Desember 2018), 1–15.
- Ratnasari, D. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Labelisasi Halal terhadap Minat Beli Konsumen (Pusat Oleh-oleh Kampoeng Kopi Banaran/ Banaran 9 Mart).
- Ruhamak, M. D., & Rahayu, B. (2016). Pengaruh *word of mouth* terhadap *purchase intention* melalui *brand image* pada Lembaga kursus Bahasa Inggris *Dynamic English Course Pare*. *Jurnal Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 1(2).
- Ryan Tio, P., Khasanah, I., & Manajemen, J. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Desain Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Merek *Vicious Colony* Di *Warehouse Store*, Banjarmasin. *Diponegoro Journal of Management*, 5, 1–15.
- Salfina, L., & Gusri, H. (2018). Jurnal Indovisi; Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan harga Terhadap Minat Beli Pakaian. *Indonesoan Indovisi Institute*, 1(Iii), 83–104.
- Santoso, S. (2012). *Panduan lengkap SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Satria, D. A., & Sidharta, H. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Porkball. *Jurnal Manajemen Dan Start-up*

Bisnis, 2(3), 398–408.

Savitri, I. A. P. D., & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Niat Beli Ulang. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 7(10), 5748.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). Perilaku Konsumen, Edisi Kedua, PT. Indeks Gramedia, Jakarta.

Sugiyono, P. D. (2009). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D, Bandung: Cv. Alfabeta.

Suhartanto, D. (2014). Metode riset pemasaran.

Suharto, C. A. ., Tumbel, A. L., & Trang, I. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Daya Tarik Iklan Terhadap MInat Beli Konsumen pada PT. Remaja Jaya Mobilindo Manado. Jurnal EMBA, 4(3), 209–221.

Sulistiyari, I. N., & YOESTINI, Y. (2012). Analisis pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli produk oriflame (studi kasus mahasiswi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang). Fakultas Ekonomika dan Bisnis.

Supranto, J., & Limakrisna, N. (2011). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, edisi kedua. Mitra Wacana Media, Jakarta.

Tjiptono, F. (1999). Strategi Pemasaran, Andi Offset, Yogyakarta.

Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran Edisi 3.

Wijaya, T. (2011). Manajemen kualitas jasa.

<https://id.oriflame.com/about> diakses pada 17 Februari 2021.

<https://pddikti.kemdikbud.go.id/> diakses pada 20 Februari 2021.

<https://www.topbrand-award.com/> diakses pada 26 Maret 2021.

<https://rufiismada.files.wordpress.com> diakses pada 2 Juni 2021.

<http://ledhyane.lecture.ub.ac.id> diakses pada 2 Juni 2021