

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. A. F. (2020). *ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKIN CARE (Studi Kasus Produk Marta Tilaar di Perumahan Telaga Jambu Sawangan Depok)* Muhamad. 6(02), 254–262.
- Fatimah, S. (2014). PENGARUH KESADARAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS, ASOSIASI MEREK, DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELEMBAB WARDAH PADA KONSUMEN AL YASINI MART WONOREJO Siti. *Jurnal Sketsa Bisnis*, 1(2).
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v10i1.5134>
- Harjati, L., & Sabu, O. (2014). PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN THE BODY SHOP. *E-Journal WIDYA Ekonomika*, 1(November).
- Jamil, M. A. W. Al, Rachma, N., & Slamet, A. R. (2015). *PENGARUH FITUR PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE OPPO DENGAN WORD OF MOUTH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus pada Pengguna Smartphone Oppo Mahasiswa manajemen FEB Unisma 2015)*. 137–158.
- Mahdi, I. (2018). *PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN FITUR PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE ANDROID CINA DI KALANGAN KONSUMEN MUDA DI KOTA MAKASSAR SKRIPSI*.
- Maula, N., Edwar, D. M., & Si, M. (2014). *PENGARUH KESADARAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS, ASOSIASI MEREK, DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EIGER PADA SHOP IN SHOP DI ROYAL PLAZA SURABAYA*.
- Narwastu, D. (2017). Mau Tau Tentang Jafra Kosmetik? Ini Dia Informasi Lengkapnya! Retrieved May 3, 2021, from www.beautynesia.id website: <https://www.beautynesia.id/berita-make-up/mau-tahu-tentang-jafra-kosmetik-ini-dia-informasi-lengkapnyab-104018>
- Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2017). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi

- Kepuasan Konsumen. *Journal of Business & Applied Management*, 10(1).
<https://doi.org/10.30813/jbam.v10i1.870>
- Prasetya, D. (2016). *PENGARUH PERSEPSI HARGA, FITUR PRODUK, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE ANDROID (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta)*.
- Saputri, D. A. (2017). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK JAFRA (Studi pada PT.Armstrong Industri Indonesia)*.
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). PENGARUH LOKASI, PROMOSI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PERUMAHAN KAWANUA EMERALD CITY MANADO. *Jurnal EMBA*, 7(1).
- Supit, D. D. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PRODUK KECANTIKAN (Studi Pada Pelanggan Naavagreen di Kota Yogyakarta) SKRIPSI. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. Retrieved from http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regs-ciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Tambunan, K. (2012). *ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI KUALITAS, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BANDENG PRESTO (Studi kasus pada konsumen di Bandeng Presto Semarang)*.
- Wahyuni, M. D. (2019). PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN MEREK, KUALITAS PELAYANAN dan LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Natasha Skin Clinic Center Gresik). *Manajerial*, 5(1), 30. <https://doi.org/10.30587/manajerial.v5i1.737>
- Zulfikar Fahmi, R. (2016). *PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, KESADARAN MEREK, FITUR PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PONSEL XIAOMI DI SURABAYA*.