

DAFTAR PUSTAKA

- Alhaddad, A. (2015). A Structural Model Of The Relationships Between Brand Image, Brand Trust And Brand Loyalty. *International Journal Of Management Research & Revie*, 137-144.
- Ayuniah, P. (2017). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma Yang Mengambil Kuliah Di Kampus Depok). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 208-219.
- Bachdar , S. (2017, MAY Rabu). *Marketeers*. Diambil kembali dari <https://marketeers.com>: <https://marketeers.com/menganalisa-konsumsi-kosmetik-perempuan-milenial-indonesia/>
- Chmelař, D. (2019, Januari 23). *ipricegroup*. Diambil kembali dari ipricegroup website: <https://iprice.co.id/>
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., dan Miniard, P. W. (2005). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Fauzi, D. A. (2018, May 8). *sigmaresearch*. Diambil kembali dari <http://sigmaresearch.co.id>: <http://sigmaresearch.co.id/tren-dan-perilaku-pasar-kosmetik-indonesia-tahun-2017/>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fianto , A. Y., Hadiwidjojo , D., & Aisjah, S. (2016). The Influence Of Brand Image On Purchase Behaviour Through Brand Trust. *Business Management And Strategy*, 58-76.
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS* (Vol. Edisi 7). Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* (vol.Edisi 9). Semarang: Badan Pernerbit Universitas Diponegoro.
- Harjati, L., & Sabu G, L. O. (2014). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian The Body Shop. *E-Journal Widya Ekonomika* , 25-30.

- Haryanto, A. T. (2018, Maret Senin). *detikInet*. Diambil kembali dari <https://inet.detik.com>: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3912429/130-juta-orang-indonesia-tercatat-aktif-di-medsos>
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Solo: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2014). *Manajemen Pemasaran* (Vol. Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Kurniawati, E., Balafif, M., dan Muhammad . (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunslit di Surabaya. *Jurnal Manajemen Branchmark*.
- Manoppo, J. R., & Tumbuan , W. J. (2014). Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Excite Oriflame. *Jurnal Emba*, 1032-1042.
- Network, P. M. (2017, September 24). *Kumparan*. Diambil kembali dari [Kumparan.com](https://kumparan.com): <https://kumparan.com/@kumparannews/industri-kosmetik-di-indonesia-semakin-cantik>
- Oladepo (Ph.D.) , O. I., dan Abimbola (M.Sc.), O. S. (2015). The Influence Of Brand Image And Promotional Mix On Consumer Buying Decision- A Study Of Beverage Consumers In Lagos State, Nigeria. *British Journal Of Marketing Studies* , 97-109.
- Panglipurningrum, Y. S., Sulistiyani, R. D., dan Dewi, S. N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Yang Di Mediasi Oleh Brand Image Dan Brand Trust (Studi Pada Konsumen Tenun Ikat “Arimbi” Kabupaten Sragen). *Buletin Ekonomi*, 1-136 .
- Pratama, D. W., & Santoso, S. B. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Produk Stuck Original. *Diponegoro Journal Of Management*, 1-11.
- Petter, J. P., dan Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Konsumen* (Vol. Edisi 9). Jakarta: Salemba Empat.
- Pratama, D. P., N, S. H., dan Suryoko, S. (2018). Pengaruh Threat Emotion, Brand Trust, Price, Buying Decision Terhadap Keputusan Pembelian Susu Anlene Actifit. *Diponegoro Journal Of Social and Politic*, 1-10.
- Robbins, S. P., dan Coulter, M. (2010). *Majanemen* (Vol. Edisi 10). Jakarta: Erlangga.

- Schiffman, L. G., dan Kanuk, L. L. (2011). *Consumer Behaviour*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sekaran, U., dan Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis* (Vol. Edisi 6). Jakarta: Salemba Empat.
- Septiyana, D. A., & Ds, A. H. (2018). “Pengaruh Keberadaan Outlet Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Merek Pada Konsumen Jamu Nyonya Meneer Di Kota Semarang”. *Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science* , 1-12.
- Setyaningrum, N., W, H. D., & Wijayanto, A. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Penjualan Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Mie Sedaap Studi Kasus Pada Konsumen Mie Sedaap Di Kecamatan Tembalang. *Diponegoro Journal Of Social And Politic*, 1-10.
- Sitorus, P. S. (2015). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *JMBA*, 12-30.
- Situmorang , I. L. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Citra Merek Dan Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Merek Pond’s Pada Remaja Di Kota Pekanbaru. *Jom Fekon*, 22-37.
- Solimun, M. S. (2004). *Structural Equation Model (SEM) Liser dan AMOS*. Malang: Fakultas MIPA Universitas Brawijaya.
- Suryonaningsih, E., Paramita, P. D., dan Hasiholan, L. B. (2016). Effect Price, Brand Image, Purchase Decision, Customer Satisfaction (Study at Gamis Clothes Consumer in Toko Lana Semarang) . *Journal Of Management*.
- Technology and Innovation, P. (2019). *paragon-innovation*. Diambil kembali dari www.paragon-innovation.com: <http://www.eminacosmetics.com/en/>
- Tjiptono, Ph.D, f. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Wahyuni, M. D. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Merek, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Natasha Skin Clinic Center Gresik). *Journal Of Management*, 56-68.
- Zulvia, M., dan Rachmi, A. (2018). Pengaruh Word Of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah (Studi Pada Mahasiswi Program Studi D4 Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Malang) . *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis* .

- Widjaja , M. A., dan Sudarsono , J. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan persepsi Harga Pada Kepercayaan Merek Dan Efeknya Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Produk Air Mineral Aqua . *Juornal Of Management*, 56-68.
- Wilujeng, S. R., & Edwar, M. (2018). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflam. *JMBA*, 1-15.