UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Persepsi Kualitas, Harga, dan Keamanan Produk terhadap Loyalitas Konsumen Produk Herborist
KHARISMA HUSNA WIRASTI, Prof. Dr. Ir. Mochammad Maksum, M.Sc. ; Dr. Anggoro Cahyo Sukartiko, STP, M.P.
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, S., & Sutanto, T. E. 2015. *Statistika Tanpa Stress*. Jakarta: TransMedia Pustaka.

Adhito, Achmad. 2019. *Konsumen Loyal Hanya 8% Secara Global* dikutip dari https://www.topbusiness.id/23694/konsumen-loyal-hanya-8-secara-global.html tanggal 2 Januari 2020.

Alwi, Idrus. 2018. Kriteria Empirik dalam Menentukan Ukuran Sampel pada Pengujian Hipotesis Statistika dan Analisis Butir. Jurnal Formatif. Volume 2 No. 2. ISSN: 2088-351X

Amanah, Dita. 2010. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M. Yamin Medan*. Jurnal Keuangan & Bisnis Volume 2 No.1.

Aryanto, Agus. 2018. *Herborist, Minyak Zaitun Alami Raih TOP BRAND Portal Berita Ekonomi* dikitup dari https://www.wartaekonomi.co.id/read189420/herborist-minyak-zaitun-alami-raih-top-brand.html tanggal 2 Januari 2020.

Bella, Annisa. 2019. *Beauty 4.0: Gambaran Outlook Kecantikan pada Tahun Ini* dikutip dari Https://Marketeers.Com/Beauty-4-0-Gambaran-Outlook-Kecantikan-Di-Tahun-Ini/ tanggal 2 Januari 2020.

Cahyani, Nidia Sri., Joyce Lapian dan Johan Tumiwa. *The Effect Of Brand Image, Perceived Price, And Perceived Quality On Consumers' Purchase Decision Of Pond's Skin Care Product.* Jurnal EMBA Vol.5 No.2

Cahyaningrum, Francisca Eka. 2007. *Pengaruh Persepsi Tentang Kualitas, Harga, Dan Merek Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Skripsi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.

Departemen Kesehatan Republik Indonesia. 2009 . Klasifikasi Umur Menurut Kategori. Jakarta: Ditjen Yankes.

Dunia Industri. 2016. *Riset Pasar dan Data Outlook Kosmetik 2009-2017 (Top 10 Perusahaan Kosmetik di Indonesia)* diakses dari http://duniaindustri.com/downloads/riset-pasar-dan-data-outlook-kosmetik-2009-2017-top-10-perusahaan-kosmetik-di-indonesia/ tanggal 10 Desember 2018

Emerald, Mila., Arief Emerald., Leeona Emerald Dan Vikas Kumas. 2016. *Perspective Of Natural Products In Skincare*. Pharmacy & Pharmacology International Journal Volume 4 Issue 3 - 2016

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Persepsi Kualitas, Harga, dan Keamanan Produk terhadap Loyalitas Konsumen Produk Herborist
KHARISMA HUSNA WIRASTI, Prof. Dr. Ir. Mochammad Maksum, M.Sc. ; Dr. Anggoro Cahyo Sukartiko, STP, M.P.
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Fiansyah, Rahmat. 2019. *Nielsen: Makin Tidak Loyal, Konsumen Indonesia Kini Tertarik Mencoba Merek Baru* dikutip dari https://www.inews.id/finance/bisnis/nielsen-makin-tidak-loyal-konsumen-indonesia-kini-tertarik-mencoba-merek-baru tanggal 2 Januari 2020.

Fimela. 2015. *Tube, Solusi Terbaik untuk Kemasan Kosmetik* dikutip dari https://www.fimela.com/beauty-health/read/3511336/tube-solusi-terbaik-untuk-kemasan-kosmetik tanggal 2 Januari 2020.

Fitriani, Vania dan Osa Omar Sharif. 2018. *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Merek Konsumen pada Produk Kosmetik*. ISSN : 2355-9357 E-Proceeding Of Management : Vol.5, No.1 Maret

Ghazali, Ezlika., Pat Chen Soonb., Dilip S. Mutumc., Bang Nguyend. 2017. *Health and cosmetics: Investigating consumers' values for buying organic personal care products.* Journal of Retailing and Consumer Services 39 (2017) 154–163.

Griffin R. W. 2003. *Management Jilid 1*. Jakarta: Erlangga

Hadi, Alfian Futuhul; Halimatus Sa'diyah dan I Made Sumertajaya. *Penanganan Ketaknormalan Data Pada Model Ammi dengan Transformasi Box-Cox (Data Non-Normality On Ammi Models: Box-Cox Transformations).* Jurnal Ilmu Dasar, Vol. 8 No. 2, ISSN: 165-174 165.

Handes, Dicky; Kishi Susanto; Lusia Novita; Andre M. R. Wajong. 2013. *Statistical Quality Control (Sqc) Pada Proses Produksi Produk "E" Di Pt Dyn, Tbk.* INASEA, Vol. 14 No.2, Oktober 2013: 177-186

Heru, Maria Helena. 2018. *Analisis Strategi Marketing Communications Herborist Dalam Menciptakan Brand Awareness.* Bachelor Thesis, Universitas Multimedia Nusantara.

Hsu C *et al*. 2017. *Exploring purchase intention of green skincare products using the theory of planned behavior*: *Testing the moderating effects of country of origin and price sensitivity*. Journal of Retailing and Consumer Services, Vol. 34. No.145152.

Ispriyanti, Dwi. 2004. *Pemodelan Statistika dengan Transformasi Box Cox.* Jurnal Matematika Dan Komputer Vol. 7. No. 3, ISSN : 1410-8518.

Jin, B. and G.S. Yong. 2005. *Intergrating effect of consumer perception factors in prediciting private brand purchase in a Korean discount store contect.* J Consumer Market., 22: 62-71. DOI: 10.1108/07363760510589226.

Joshi, Laxmi S., Harshal, A Pawar. 2015. *Herbal cosmetics and cosmeceuticals: an overview*. Nat Prod Chem Res. 3: 170. doi:10.4172/2329-6836.1000170

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Persepsi Kualitas, Harga, dan Keamanan Produk terhadap Loyalitas Konsumen Produk Herborist
KHARISMA HUSNA WIRASTI, Prof. Dr. Ir. Mochammad Maksum, M.Sc. ; Dr. Anggoro Cahyo Sukartiko, STP, M.P.
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Kotler dan Keller 2007. *Manajemen Pemasaran.* Jilid2, Edisi 12. Jakarta: PT Indeks

Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip and Garry Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta

Kumar, Davinder., Gajendra Rajora, Om Parkash, Himanshu, Mamta Antil, Virender Kumar. 2016. *Herbal cosmetics: An overview International Journal of Advanced Scientific Research* ISSN: 2456-0421; Impact Factor: RJIF 5.32 Volume 1; Issue 4

Lee, Jia En., Mei Ling Goh and Mohd Nazri Bin Mohd Noor. 2019. *Understanding Purchase Intention of University Students Towards Skin Care Products.* Published in PSU Research Review: An International Journal. Published by Emerald Publishing Limited.

Lemeshow, S., Hosmer Jr, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1990). Adequacy Of Sample Size In Health Studies. New York: World Health Organization

Markpuls. Inc. *ZAP Beauty Indeks*. 2018. Laporan Hasil Survei: Marckplus.inc

Midmore, P., Naspetti, S., Sherwood, A.-M., Vairo, D., Wier, M., Zanoli, R., 2005. *Consumer attitudes to quality and safety of organic and low input foods; a review.* Report of EU-Funded Project "Improving Quality and Safety and Reduction of Cost in the European Organic and 'Low Input' Food Supply Chains.". Univ. Wales, Aberystwyth, UK.

Minawati, Azria Rahma. 2017. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.* Skripsi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Moslehpour, Massoud., Wing-Keung Wong., Kien Van Pham., Carrine K. Aulia. *Repurchase Intention of Korean Beauty Products among Taiwanese Consumers*. Journal of Marketing and Logistics Vol. 29 No. 3, 2017 pp. 569-588 Emerald Publishing Limited 1355-5855 DOI 10.1108/APJML-06-2016-0106.

Mukharliza, Arisa. 2017. *Arti dan Guna Tekstur Skincare Krim, Gel, dan Lotion untuk Perawatan Kulit Wajah* dikutip dari https://www.fimela.com/beauty-health/read/3518096/arti-dan-guna-tekstur-skincare-krim-gel-dan-lotion-untuk-perawatan-kulit-wajah tanggal 2 Januari 2020.

Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran.* Buku 1. Edisi 9. Jakarta. Salemba Empat.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Persepsi Kualitas, Harga, dan Keamanan Produk terhadap Loyalitas Konsumen Produk Herborist
KHARISMA HUSNA WIRASTI, Prof. Dr. Ir. Mochammad Maksum, M.Sc. ; Dr. Anggoro Cahyo Sukartiko, STP, M.P.
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Organik. Jurnal Bisnis dan Manajemen. Volume 7 No. 2 Februari 2015.

Pudaruth, Sharmila., Thanika Devi Juwaheer, Yogini Devi Seewoo. 2015. *Gender-based differences in understanding the purchasing patterns of eco-friendly cosmetics and beauty care products in Mauritius: a study of female customers*, Social Responsibility Journal, Vol. 11 Issue: 1, pp.179-198,

Rahma, Vebri Aria. 2018. *The Influence of Brand Equity to Purchasing Decisions on Wardah Products (studies conducted at Wardah Beauty House stores, Surabaya).* International Journal of Integrated Education, Engineering and Business*)* Volume 1 Number 1.

Reijntjes, Danny dan Wagijo, Ryan. 2012. *Market Potential Analysis: A Study of The Cosmetics Industry in ABC Islands*. Tesis Gelar Master. Jankoping International Business School, Jankoping University.

Restiyanti, Prasetijo dan John J.O.I Ihwalauw. 2005. *Perilaku Konsumen*.Yogyakarta:Penerbit ANDI.

Robbins, Stephen, P. 2009. *Manajemen dan Organisasi*. Buku 1. Jakarta:Salemba Empat.

Sarwono, Jonathan. 2015. *Rumus-Rumus Populer dalam SPSS 22 untuk Riset Skripsi*. Yogyakarta: ANDI.

Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.

Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2010. *Research Methods for Business: a Skill Building Approach*. 5th ed. Chichester, West Sussex. UK: John Wiley and Sons, Ltd.

Slameto. 2010. *Belajar & Faktor-faktor yang Mempengaruhinya.* Jakarta:Rineka Cipta.

Soelistio, Yuwan. 2016. *Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Pembelian Ulang Jasa Paket Pos Indonesia.* Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Suardi, Wahdi. 2018. *Laporan Mini Riset Mahasiswa (lanjutan).* Uninus, Fakultas Ekonomi.

Sugiyono & Agus Susanto. 2015. *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel*. CV. Alfabeta: Bandung

Sugiyono, 2016a. *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Bandung: Alfabeta

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Persepsi Kualitas, Harga, dan Keamanan Produk terhadap Loyalitas Konsumen Produk Herborist
KHARISMA HUSNA WIRASTI, Prof. Dr. Ir. Mochammad Maksum, M.Sc. ; Dr. Anggoro Cahyo Sukartiko, STP, M.P.
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Sugiyono, 2016b. *Statistika Untuk Penelitian.* Bandung: Alfabeta

Suharyati, Ruth; Sudharto P Hadi; Sendhang Nurseto. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Nyonya Meneer Semarang (Studi Kasus Pada Konsumen Jamu Habis Bersalin)" *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip*, vol. 2, no. 4, 2013, pp. 73-93.

Sumarwan, Ujang. 2014. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran.* Bogor: Ghalia Indonesia.

Sumit, Kumar., Swarankar Vivek., Sharma Sujata., Baldi Ashish. 2012. *Herbal Cosmetics: Used for Skin and Hair*. Inventi Rapid: Cosmeceuticals Vol. 2012, Issue 4 [ISSN 0976-3864]

Sunyoto, Danang (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.

Syamsuni. 2006. *Farmasetika Dasar dan Hitungan Farmasi*. Penerbit Buku Kedokteran EGC, Jakarta.

Tranggono, Retno Iswari, Latifah, Fatma. 2007. *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Yoesmanam, Indarto Candra. 2015. *Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Persepsi Kualitas*

Yoo, B., Donthu, N. And Lee, S. 2000. *An Examination Of Selected Marketing Mix Elements And Brand Equity*. Journal Of The Academy Of Marketing Science, Vol. 28 No. 2, Pp. 195-211.