

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G., 2010, *Manajemen Pemasaran : Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*, Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta.
- Alfred, O., 2013, Influences of Price and Quality On Consumer Purchase Of Mobile Phone In The Kumasi Metropolis In Ghana A Comparative Study, *European Journal of Business and Management*.
- American Marketing Association, 2001, *Marketing Definitions: A Glossary of Marketing Terms*, 12, AMA., Chicago.
- Amirullah, 2002, *Perilaku Konsumen*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Angiopora, M. P., 2002, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi 2, 152,268, PT. Raya Grafindo Persada, Jakarta.
- Arief, B.A.N., 2014, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Efek Gitar Merek Behringer di Tiga Negeri Jalan Soka Bandung*, Universitas Telkom.
- Assihiddieqi, F., 2012, *Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Produk Crooz di Distro Ultra Store Semarang)*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Aviandi, D.N., 2012, *Pengaruh Bauran Pemasaran Minyak Angin Aromatherapy Fresh Care Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Konsumen Mahasiswa Universitas Gadjah Mada*, *Skripsi*, Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Azwar, S., 1997, *Reliabilitas dan Validitas* Edisi 3, 195, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Azwar, S., 2003, *Reliabilitas dan Validitas*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- BPOM RI, 2013, Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia Nomor : *Hk.00.05.42.1018 Tentang Bahan Kosmetik. Bpom*, 1–16.

- Budiarto, S, 2011, *Pemasaran Industri*, Andi, Yogyakarta.
- Cannon., Joseph, P., Perreault, W.D., McCarthy, J., 2009, *Pemasaran Dasar Edisi 16 Pendekatan Manajerial Global Buku 2*, Salemba Empat, Jakarta.
- Cravens, D.W., 2000, *Pemasaran Strategis*, Edisi Keempat, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Darari, R.N., 2015, Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Losion Anti Nyamuk Autan pada Mahasiswa Universitas Gadjah Mada, *Skripsi*, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Davis, C.H.F., Canche, M.S.G., Deil-Amen, R. and Rios-Aguilar, C., 2012, Social Media in higher Education: A Literature Review and Research.
- Dharmmesta, Swastha, B., Handoko, T.H., 2012, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Pertama Cetakan Kelima, BPFE, Yogyakarta.
- Dinawan, M.R., 2010, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian*, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. IX, No. 3.
- Doctorow, C., Dornfest, F., Johnson, J.S. & Powers, S., 2002, *Essential Blogging*, O'Reilly.
- Ebersbach, A., Glaser, M. & Heigl, R., 2006, *Wiki: Web Collaboration*. Springer-Verlag: Germany.
- Ehmke, C., Fulton, J., & Lusk, J., 2016, Marketing's Four P's : First Steps for New Entrepreneurs, *Department of Agricultural Economics*, 1–12.
- Elliot, A.C., & Woodward, W.A., 2007, *Statistical Analysis Quick Reference Guidebook : With SPSS Examples*, 25-30, 77-100, Sage Publications, California.
- Febriana, M.B., Yulianto, E., Sunarti., 2016, Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Kepada Konsumen Sepatu Merek Converse di Kota Malang), *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 32, No. 2.
- Felix, L. & Stolarz, D., 2006, *Hands-On Guide to Video Blogging and Podcasting: Emerging Media Tools for Business Communication*, Focal Press: Massachusetts, USA.

- Ghozali, I., 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Ghozali, I., 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 91, 105-110, 249-251, Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Hadi, S., 2006, *Metodologi Research*, Jilid 1, Andi Offset, Yogyakarta.
- Hardiawan, A.C., 2013, *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian secara Online pada Pengguna Situs Jual Beli Online tokobagus.com*, Skripsi, UNDIP, Semarang.
- Hikmawati, K.A., Arifin, Z., Hidayat, K., 2016, Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 37 No. 2.
- Hurriyati, R., 2010, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Alfabeta, Bandung.
- Hutajulu, E.P., 2005, Analisis Hubungan Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik PT. Avon Cabang Solo, *Tugas Akhir*, Fakultas Ekonomi, Universitas Sebelas Maret, Solo.
- Jayanti, A., 2012, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Makassar, *Jurnal Manajemen*.
- Kemenperin, 2018, Kian Kinclong, Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20 Persen, <http://kemenperin.go.id/artikel/18954>, 24 Juli 2019.
- Kertajaya, H., 2004, *Marketing in Venus*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Khumaidi, A., 2013, Analisis terhadap Produk, Harga, Distribusi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Teh Celup Sariwangi (Studi Kasus pada Konsumen Rumah Tangga di Kp. MUK Cengkareng), *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Kismono, 2011, *Bisnis Pengantar*, Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta.
- Kotler, P. & Keller, K.L., 2012, *Marketing Management*, Indeks, Jakarta.
- Kotler, P. & Keller, K.L., 2009, *Manajemen Pemasaran Edisi ke Tigabelas Jilid 2*, Erlangga, Jakarta.

- Kotler, P. & Armstrong, G., 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi Duabelas*, Jilid I, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. & Keller, K.L., 2007, *Marketing Management 11th ed*, 235, Pearson Education Upper Saddle River, New Jersey.
- Kotler, 2005, *Manajemen Pemasaran*, Terjemahan Molan Benyamin, Marketing Management, Jilid 1, Edisi Kesebelas, Indeks, Jakarta.
- Kotler, P., 2001, *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, PT. Prehallindo, Jakarta.
- Koufaris, M., Hampton-Sosa, W., 2004, The Development Of Initial Trust In An Online Company By New Customers, *Information and Management*, 41:3, pp. 377-397.
- Kreamer, K.L., Pei-Fang., Dunkle, D., 2006, Determinant of E-Business Use in U.S. Firms, *International Journal of Electronic Commerce*, 10:4, 9-45.
- Lam, W. C., Hair, F. J., Mcdaniel, C., 2001, *Pemasaran* Edisi 4, 8,146, Salemba, Jakarta.
- Lemeshow, H.J.S., W, D., Klar, J. & Lwanga, S.K., 1990, Part 1: Statistical Methods for Sample Size Determination, *Adequacy of Sample Size in Health Studies*, 247.
- Luthfiana, A., 2015, Pengaruh *Marketing Mix* Kosmetik Wardah Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, *Skripsi*, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Mahmud, A.H. & Hassanuzzaman, M., 2009, *The role of Web 2.0 tools in collaborative learning Methodology*, 1–72.
- Martin, M., 2014, *Business, Marketing Marketing Mix*, <https://www.cleverism.com/place-four-ps-marketing-mix>
- Ma'ruf, H, 2005, *Pemasaran Ritel*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Machfoedz, M., 2010, *Komunikasi Pemasaran Modern*, 31, 62-69, 86, Cakra Ilmu, Yogyakarta.

- Manalu, D., 2008, Analisis Pengaruh Kebijakan Produk Dan Promisi Terhadap Volume Penjualan Sepatu Pada Pengrajin Sepatu Di Kecamatan Medan Denai Medan, *Tesis Pascasarjana*, Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Morissan, A.M., 2010, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Penerbit Kencana, Jakarta.
- Mullaney, T.J., 2004, "E-biz Strikes Again," *Business Week*, Special Report E-biz, retrieved from www.businessweek.com.
- Munawaroh, N., 2017, Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Apoteker dalam Memilih Produk Obat Allopurinol Generik Di Apotek Kabupaten Sleman, *Skripsi*, Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Natakusumah, F.A. & Yuliati, A.L., 2016, Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada INA Cookies Bandung), *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* Tahun 9, No. 1.
- Nawawi, H., 2012, *Metodologi Penelitian Bidang Sosial*, 141-152, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Park, C.H. & Kim, Y.G., 2003, A Framework of Dynamic CRM: Linking Marketing With Information Strategy, *Business Process Management Journal*, 9 (5), 652-671 (20).
- Priyatno, D., 2008, *Mandiri Belajar SPSS*, MediaKom, Yogyakarta.
- Radovitsky, Z., 2015, *Application Models for E-Commerce*, Business Expert Press, New York.
- Rahnama, R., Beiki, H., A., 2013, *Modern marketing, concepts and challenges*, *Arabian Journal of Business and Management Review (OMAN Chapter)* Vol. 2, No.6.
- Riswandi, 2009, *Ilmu Komunikasi*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Samosir, Harlie B.H., 2015, Jurnal Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C. *Ilmiah Managemen Dan Bisnis*, 1(3), 2.

- Sampurno, 2008, *Manajemen Pemasaran Farmasi*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Sampurno, 2011, *Manajemen Pemasaran Farmasi*, 46, 98-100, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Santoso, S., 2013, *Statistika Ekonomi Plus Aplikasi SPSS*, Umpo Press, Ponorogo.
- Sekaran, U., 2003, *Research Methods for Business : A Skill-Building Approach Fourth ed.*, John Willey and Sons Inc., New York.
- Senjaya, H.G., 2014, Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Masakan Jepang di Hayashi Teppan (Survey Terhadap Konsumen Hayashi Teppan di *Food Court*), E-journal Graduate Unpar, Vol.1, No. 2.
- Senjaya, S., 2008, Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Menjadi Peserta Jaringan Pemeliharaan Kesehatan Masyarakat (JPKM) Padjajaran, *Tesis Magister Manajemen*, Universitas Widyatama, Bandung.
- Singh, M., 2012, *Marketing Mix of 4P'S for Competitive Advantage. IOSR Journal of Business and Management*, 3(6), 40–45.
- Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, 99, 119-126, 136, 168-169, 184, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 80-84, 137-142, CV Alfabeta, Bandung.
- Suharno, 2010, *Marketing in Practice*, Edisi Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Sumardy, M.S. & Melona, M., 2011, *The Power of Word of Mouth Marketing*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sunu, R., 1995, *Manajemen Pemasaran*, Jilid II, BPFE, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Sunyoto, D., 2007, *Analisis Regresi dan Korelasi Bivariat : Ringkasan dan Kasus*, 17, 19-21, 32-48, 74, 96, 102-104, Amara Books, Yogyakarta.
- Supranto, 2001, *Statistik I (Teori dan Aplikasi)*, Erlangga, Jakarta.

- Suryani, T., 2013, *Perilaku Konsumen di Era Internet*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Susanto, H., 2016, *The Effect Of Brand Image, Product Quality And Price Toward Purchase Decision (Empirical Study On Consumer Cv. Rown Division In Surakarta)*, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Swastha., Basu & Irawan., 2008, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Liberty, Yogyakarta.
- Swastha, B, 1999, *Azas-Azas Marketing*, Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono, F., 2014, *Prinsip Pemasaran Jasa, Penerapan dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta
- Tjiptono, F., 2008, *Strategi Bisnis Pemasaran*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, F., 2007, *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Utami, A.P., 2016, *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Minimarket Kopma Universitas Negeri Yogyakarta*, *Skripsi*, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Utami, Y. V., 2012, *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Bedak Padat Merek Pixy pada Konsumen Wanita di Pekanbaru*, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi, Universitas Riau, Riau.
- Waheed Riaz, & Asif Tanveer., 2011, *Marketing Mix, Not Branding*, *Asian Journal of Business and Management Sciences*, 1(11), p. 43–52.
- Wardoyo, 2017, *Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma*, *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, Vol. 19, No. 1.
- Widyatama, R., 2007, *Pengantar Periklanan*, Pustaka Book Publisher, Yogyakarta.
- Wiyati, T., 2010, *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Konsumen dalam Penggunaan Jasa Pelayanan Rawat Inap di Rumah Sakit Ibu dan Anak Sakina Idaman*, Tesis S-2, Fakultas Farmasi, UGM, Yogyakarta.

Zapata, S.D., Massa, O.I., Carpio, C.E. & Lamie, R.D., 2016, *Does E-Commerce Help Farmers' Markets? Measuring the Impact of MarketMaker, Journal of Food Distribution Research, Vol. 47 Issue .*

Zhafira et al. 2013. The Analysis of Product, Price, Place, Promotion and Service Quality on Customers; Buying Decision of Convenience Store: A Survey of Young Adult in Bekasi, West Java, *Indonesia. International Journal of Advances in Management and Economics.*