

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, F.N., Mursito, B., Widayanti, R., 2019. Analisis Citra Merek, Periklanan, Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di UNIBA Surakarta. *Jurnal Ilmiah Edunomika*. **3**(02), 462-469.
- Ambarwati, M., Satrio, B., 2018. Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Oriflame. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*. **7**(8), 1-16.
- Aries, M., Sunarti, Mawardi, M.K., 2018. Pengaruh Word of Mouth terhadap Minat Beli serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*. **60**(3), 36-44.
- Arum, W.S., 2018. Pengaruh Promosi Penjualan dan Celebrity Endorser terhadap Niat Beli Produk Tony Moly Delight Tint. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*. **7**(2), 393-399.
- BPOM, 2003, *Keputusan Deputy Bidang Pengawasan Obat Tradisional, Kosmetik dan Produk Komplemen Nomor: PO.01.04.42.4082 tentang Pedoman Tata Cara Pendaftaran dan Penilaian Kosmetik*, Jakarta.
- BPOM, 2003, *Surat Keputusan Kepala Badan POM RI Nomor: HK.00.05.4.1745 tentang Kosmetik*, Jakarta.
- Cannon, J.P., Perreault, W.D., McCarthy, E.J., 2008, *Basic Marketing: a global-managerial approach*, McGraw-Hill/Irwin.
- Cengiz, E., Yayla, H.E., 2007. The Effect of Marketing Mix on Positive Word of Mouth Communication: Evidence from Accounting Offices in Turkey, *Innovative Marketing*, **3**(4), 73-86.
- Depkes, 1976, *Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 220/Men.Kes/Per/IX/76 tentang Produksi dan Peredaran Kosmetik dan Alat Kesehatan*, Jakarta.
- Dewi, N.N.K.A., Warmika, I.G.K., 2017. Pengaruh Internet Marketing, Brand Awareness dan Wom Communication terhadap Keputusan Pembelian Produk Spa Bali Alus. *E-Jurnal Manajemen*. **6**(10), 5580-5606.
- Erdalina, W., Evanita, S., 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan Televisi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Merek Citra Hand and Body Lotion di Pariaman. *Jurnal Riset Manajemen Bisnis dan Publik*. **3**(1), 1-18.

- Goi, C.L., 2009. A Review of Marketing Mix: 4Ps or More?, *International Journal of Marketing Studies*. **1**(1), 2-15.
- Goi, C.L., 2011. Perception of Consumer on Marketing Mix: Male vs. Female. 2010 *International Conference on Business and Economic Research*. **1**(1), 95-99.
- Habibah, U., Sumiati, 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura. *JEB17: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. **1**(01), 31-48.
- Hilman, B., Nurlaila, Sugianto, 2019. Pengaruh Strategi Green Marketing terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus pada Oriflame Cosmetics Indonesia di Medan). *EKNIS: Jurnal Ekonomi Islam dan Ekonomi Pondok Pesantren*. **8**(1), 100-127.
- Huang, Z., Foosiri, P., 2017. Factors Affecting Chinese Consumers' Purchase Intention on Facial Make-up Cosmetics. *University of Thai Chamber of Commerce*, Bangkok.
- Irawati, Kambolong, H.M., Sahrin, 2019. Analisis Keputusan Konsumen dalam Proses Pembelian Berbagai Jenis Merek Lipstik. *Business UHO: Jurnal Administrasi Bisnis*. **4**(1), 1-12.
- Ismayana, S., Hayati, N., 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Pixy. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi)*. **10**(2), 1-15.
- Kemenperin, 2019, <https://kemenperin.go.id/artikel/19435/Kinerja-Industri-Kosmetik-Nasional-Lampau-Pertumbuhan-Ekonomi>, diakses pada 2 Oktober 2019 pukul 02:20 WIB.
- Khan, M.T., 2014. The Concept of 'Marketing Mix' and Its Elements (A Conceptual Review Paper). *International Journal of Information, Business and Management*. **6**(2), 95-107.
- Khuwaroh, K., Widarko, A., ABS, M. K., 2019. Analisis Pengaruh Label Halal, Keamanan Bahan, Promosi dan Harga pada Produk Kosmetik Sariayu terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*. **8**(5), 155-172.
- Koestanti, E.D., Nainggolan, K., 2015. Faktor-faktor Bauran Pemasaran yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen untuk Membeli Produk Kosmetik Oriflame. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*. **3**(2), 501-515.

- Kotler, P., Armstrong, G., 2018, *Principles of Marketing*, 17<sup>th</sup> edition, Pearson, England.
- Kotler, P., Keller, K.L., 2016, *Marketing Management*, 15<sup>th</sup> edition, Pearson, England.
- Kuspriyono, T., 2017. Pengaruh Promosi Online dan Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Sariayu Martha Tilaar. *Jurnal Perspektif*. **15**(2), 147-154.
- Lesmana, R., Ayu, S.D., 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah PT Paragon Technology and Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. **2**(3), 59-72.
- Lubis, A.N, 2004, *Strategi Pemasaran dalam Persaingan Bisnis*, Program Studi Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Mahmudah, I.S., Tiarawati, M., 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pond's Flawless White. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*. **6**(2), 98-105.
- Masikah, A., Alwie, A.F., 2016. Pengaruh Efektivitas Iklan Exclusive Series Dewisandra terhadap Brand Image dan Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*. **8**(2), 188-200.
- Ningsih, D.P., 2019. Analisis Dampak Celebrity Endorser dan Citra Merek terhadap Niat Beli Produk Wardah Instaperfect. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*. **8**(1), 174-181.
- Nurfitriana, S., Iriani, F., 2018. Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Pengaruhnya pada Minat Beli Ulang Produk Kecantikan Wardah. *Sebatik*. **22**(2), 56-63.
- Oktafiani, D., 2018, Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*. **7**(9), 1-16.
- Oentoro, D., 2012, *Manajemen Pemasaran Modern*, LaksBang Pressindo, Yogyakarta.
- Pangastuti, J., Sudjiono, Prastiti, E., 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Counter Wardah di Borobudur Kediri. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*. **2**(1), 69-84.

- Pertiwi, L.D.A.R., 2018. Pengaruh Citra Merek dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Exclusive Matte Lipcream. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*. 7(2), 307-315.
- Peter, J. P., Olson, J. C., 2010, *Consumer Behaviour*, Edisi 9, McGraw-Hill, New York.
- Puspita, R.C., Suryoko, S., 2017, Pengaruh Iklan, Harga dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. 6(3), 418-425.
- Rachma, S., Hermani, A., Hidayat, W., 2018. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar Pasar Swalayan Ada Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. 7(4), 201-211.
- Rachmawati, R., 2011. Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran), *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2), 143-150.
- Rahmania, A.F.M., Saino, 2015. Pengaruh Kualitas Produk dan Daya Tarik Iklan terhadap Minat Beli Vaseline Healthy White Insta Fair. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. 3(1), 1-16.
- Ramadhani, Y. E., 2017. Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Niat Beli Masker Mustika Ratu (Studi pada Pengunjung Giant Hypermarket di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*. 5(4), 1-8.
- Saputro, Y.E., Burhanudin, B., Damayanti, R., 2020. Peran Penting Personal Selling dalam Keputusan Pembelian Kosmetik LT Pro di Luwes Gentan Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Edunomika*. 4(01), 40-49.
- Sari, D.O., Widiartanto, Listyorini, S., 2015. Pengaruh Atribut Produk, Celebrity Endorser dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. 4(3), 186-195.
- Schiffman, L.G, Kanuk, L.L., Hansen, H., 2012, *Consumer Behavior A European Outlook*, 2<sup>nd</sup> edition, Pearson Education Limited, England.
- Schiffman, L.G., Wisenblit, J.L., 2015, *Consumer Behavior*, 11<sup>th</sup> edition, Pearson Education Limited, England.
- Setianingsih, W.E., 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Prosiding Ekonomi Kreatif di Era Digital*. 1(1), 252-261.

- Solomon, M.R., 2015, *Consumer Behaviour: Buying, Having, and Being*, 11<sup>th</sup> Edition, Pearson, New Jersey.
- Sonata, I., Burning, A., 2019. Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Minat Konsumen Membeli Kosmetik Lipstick Wardah. *JRMB (Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis)*. 4(2), 75-86.
- Suhartini, Said, S., 2019. Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian pada Klinik Kecantikan di Kota Makassar. *CESJ: Center of Economic Students Journal*. 2(2), 37-47.
- Tjiptono, F., 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, F., 2015, *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi, Yogyakarta.
- Virvilaite, R., Saladiene, V., Skindaras, D., 2009. The Relationship Between Price and Loyalty in Services Industry. *Engineering Economics*, 63(4), 96-104.
- Wahyurini, S.C., Trianasari, N., 2020. Analisis Pengaruh Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Mitra Manajemen*. 4(1), 39-50.
- Warnadi, Triyono, A., 2019, *Manajemen Pemasaran*, Deepublish Publisher, Yogyakarta.
- Yoesmanam, I.C., 2018. Pengaruh Pengetahuan Produk dan Persepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Kosmetik Organik. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*. 7(2), 134-142.