



## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (1999). *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep Dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Azwar, Sy. (1999). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Chairy, & Bunga. (2010). *Pengaruh Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Smartphone BlackBerry*. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan. Tahun 3, No. 2, Agustus. Diakses dari <https://e-journal.unair.ac.id/index.php/JMTT/article/view/2397>
- Dharmmesta,. & Handoko. (2008). *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, edisi 1. Yogyakarta: BPFE.
- Diakses dari <http://eprints.stiperdharmawacana.ac.id/157/1/Manajemen-Pemasaran-Agustina-Shinta.pdf>.
- Epa. (2018). Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%. Diakses dari <https://kemenperin.go.id/artikel/18957/industri-kosmetik-nasional-tumbuh-20%25>.
- Gay, L.R. & Diehl, P.L. (1992). *Research Methods for Bussiness and Management*. New York: MacMillan Publishing Company.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : UNDIP.
- Griffin, & Jill. (2005). *Customer Loyalty; Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Harmon, Susan K. and Foote, David A. 2004 , "The influence of price difference and equity sensitivity on customer satisfaction in a dynamic pricing Environment", in NA - Advances in Consumer Research Volume 31, eds. Barbara E. Kahn and Mary Frances Luce, Valdosta, GA : Association for Consumer Research, Pages: 593-598.
- Hawkins,D.I., & Mothersbaugh, D.L. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*.New York: McGraw-Hills.
- Kotler, P. Armstrong. & Gary. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 12th . Erlangga: Jakarta.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2007. *Manajemen pemasaran*, edisi 12. Jilid 2. Penerbit PT Indeks : Jakarta
- Kusdyah, I. (2012). Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi kasus Erha Clinic Surabaya), 7(1). <https://doi.org/10.9744/pemasaran.7.1.25-32>



- Lidyawati. (1998). *Hubungan antara Intensitas Menonton Iklan di Televisi dengan Perilaku Konsumtif*. Surakarta: Fakultas Psikologi UMS.
- Melisa, Y. (2012). Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Mega Prima Swalayan Payakumbuh. *Jurnal Manajemen*, 01(01). Diakses dari <http://jurnal.untad.ac.id/jurnal/index.php/Katalogis/article/view/6901>
- Nazir, (1998). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Oliver, R.L. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. New York: McGraw –Hill.
- Peter, J., & Jerry, C. (2002). *Perilaku konsumen dan strategi pemasarann. Terjemahan*. Jakarta: Erlangga.
- Putri, L.H. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy. *Jurnal Performa*, 1(02). Diakses dari <http://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/138>
- Reichheld, F.F., & Detrick, C. (2003). *Loyalty: A prescription for cutting costs*. *Marketing Management*, 12(5), 24 –25.
- Ridwan, (2015). *Metode & Teknik Penyusunan Proposal Penelitian*. Makassar: Alfabeta. Diakses dari [http://ucs.sulselib.net//index.php?p=show\\_detail&id=17407](http://ucs.sulselib.net//index.php?p=show_detail&id=17407)
- Schiffman, Leon G., & Leslie Lazar Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen*, Edisi 7. Jakarta: Prentice Hall.
- Sekaran, & Bougie. (2016). *Research methods for business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shinta, A, M.P. (2011). *Manajemen pemasaran*. Malang : UB Press.
- Simamora, B. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Stanton, & Wiliam J. (1998). *Prinsip Pemasaran Edisi Ketujuh Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono, (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Cetakan ke-11. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, H. (2000). *Riset Pemasarn dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wibisono, D. (2013). *Panduan Menyusun Skripsi, Tesis dan Desertasi*. Yogyakarta: Andi.



Yuzwar, D. (2009). Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Supermarket Madinah Syariah Plaza Millenium Medan. *Gastronomy Tourism Journal*, Diakses dari <http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/10987>