

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, M. P., 2002 *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi 2, 152,268, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Artfart, K. W., Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Konsumen Terhadap Proses Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Wardah (Studi Kasus Pada Wanita Berhijab di Kota Padang), *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Andalas, Padang.
- Aviandi, D. N., 2012, Pengaruh Bauran Pemasaran Minyak Angin *Aromatherapy Fresh Care* terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Konsumen Mahasiswi Universitas Gadjah Mada, *Skripsi*, Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Azwar, S., 1997, *Reliabilitas dan Validitas* Edisi 3, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Cannon, J. P., Perreault, W. D., & McCarthy, E. J., 2008, *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajemen Global*, 290, Salemba Empat, Jakarta.
- Dahlan, M., 2006, *Besar Sampel dalam Penelitian Kedokteran dan Kesehatan*, PT. Arkans, Jakarta.
- Depkes, 2010, Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 1176/Menkes/Per/VII/2010 tentang Notifikasi Kosmetika, Depkes RI, Jakarta.
- Dewi, & Rahayu T. R., 2013, Analisa Faktor yang Mempengaruhi Iklan dan Implikasinya terhadap Minat Beli Produk Ponds di Bekasi, *Publikasi*, Fakultas Bisnis dan Hubungan Internasional Iniversitas Presiden, Jawa Barat.
- Dianti, M. R., 2012, Pengaruh Faktor Psikologis dan Subbudaya Agama terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal di Kota Padang (Studi Kasus pada Kosmetik Wardah), *Jurnal Manajemen*, Vol. 2 No. 1.
- Ghozali, I., 2006, “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam SPSS*”, Cetakan IV, 91,110, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, I., 2012, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*, 96-97, 139, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Haryadi, R., 2009, Pengaruh Strategi *Green Marketing* terhadap Pilihan Konsumen Melalui Pendekatan *Marketing Mix* (Studi Kasus

- pada *The Body Shop* Jakarta), *Tesis*, Program Pascasarjana, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hernanda, F., 2011, Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen Produk Pasta Gigi Herbal Siwak-F di Yogyakarta, *Skripsi*, Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Hutajulu, E .P., 2005, Analisis Hubungan *Marketing Mix* terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetika 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 Makasar, *Jurnal Manajemen*.
- Kartikarini, V. D., 2011, Pengaruh Kualitas Produk dan Bauran Promosi "R" PT Air Mancur terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kota Surakarta, *Jurnal Manajemen dan Pelayanan Farmasi* , Vol 1 No 1.
- Kememperin, 2012, Kementrian Perindustrian Republik Indonesia, <http://kemenperin.go.id/>, 28 Maret 2015.
- 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
- Kotler, P., 2007, *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke 12, Jilid 1, 48, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kotler, P., & Amstrong, G., 2008, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Edisi ke 12, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., & Ketler, L. K., 2006, *Marketing Management*, 11th ed, Pearson Education Upper Saddle River, New Jersey.
- Kotler, P., & Ketler, L. K., 2007, *Marketing Management* 11th ed, 235, Pearson Education Upper Saddle River, New Jersey.
- Kotler, P., Amstrong, G., Saunders, J., Wong, V., 1999, *Principle of Marketing* 2nd European Edition, Prentice Hall, Europe.
- Koter, P., & Keller, K. L., 2012, *Marketing Management* 14th Edition, 5, Pearson Education Inc, New Jersey.
- Lamb, W. C., Hair, F. J., Mcdaniel, C, 2001, *Pemasaran* Edisi 4, 8,146 Salemba, Jakarta.
- Lubowe, I.I., 1955, Use of Hydrocortisone and 9-Alpha Fluorohydrocortisone Derivatives: Evaluation in the

Treatment of the Pruritic Dermatoses, *AMA Arch Derm*, Vol. 72 No. 2, 164 – 170.

Machfoedz, M., 2010, *Komunikasi Pemasaran Modern*, 31, 62-69,86, Cakra Ilmu, Yogyakarta.

Mahdalela, 2011, *Perlengkapan Kosmetik dan Butik Laila*, <http://mahdalela.blogspot.com/>, 25 Mei 2015.

Mahmudah R., 2013 *Jurus Wardah Garap Pasar Kosmetik*, <http://swa.co.id>, 11 Maret 2015.

Marhandi, Ayu, N., Noviasari, H., 2013, Pengaruh Strategi Green Marketing pada Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Rumah di Perumahan PT. Asta Karya Pekanbaru, *Jurnal Ekonomi*. Vol 21.

Nawawi, H., 1995, *Metodologi Penelitian Bidang Sosial*, 144, Gadjah Mada Univerity Press, Yogyakarta.

Novandri, SN, M., 2010, Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha pada Harpindo Jaya Cabang Ngaliyan, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang.

Nugroho, B, A. 2005, *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian*, 43, Andi Offset, Yogyakarta.

Nurlisa, 2013, Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan pembelian Kecap Manis Merek Bango (Studi Kasus pada Ibu rumah Tangga di Komplek Villa Mutiara Johor II dan Taman Johor Mas), *Skripsi*, Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Utara, Medan.

Priyatno, D., 2008, *Mandiri Belajar SPSS*, 41,81, MediaKom, Yogyakarta.

PT.Paragon, 2013, PT. Paragon Technology and Innovation, <http://www.pti-cosmetics.com>, 11 Maret 2015.

Purwanto, 2011, *Statistika untuk Penelitian*, 94,156, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

Sampurno, 2011, *Manajemen Pemasaran Farmasi*, 46, 98-100, Gadjah Mada Univerty Press, Yogyakarta.

Sastradipoera, K., 2003, *Manajemen Marketing Suatu Pendekatan Ramuan Marketing*, 185, Kappa Sigma, Bandung.

Sholihah, S. D., 2010, Analisis Pengaruh Variabel Baruran Pemasaran (*Marketing Mix Variable*) terhadap Keputusan Pembelian Rokok Cengkir Gading (Studi Kasus di Perusahaan Rokok

- Cengkir Gading Nganjuk Jawa Timur), *Skripsi*, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Stefani, S., 2013, Analisis Pengaruh Iklan Televisi *Celebrity Endorser*, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik Berlabel Halal "Wardah" Studi Kasus pada Mahasiswi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, 99, 119-126, 136, 168-169, 184, Alfabeta, Bandung.
- Sukotjo, H., & Radix., A., S., 2010, Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Patisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik kecantikan Teta di Surabaya, *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, Vol.1, No. 2 , 216-228.
- Sultan, R., 2014, Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Ponsel Pintar Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa di Kota Makasar), *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanudin, Makasar.
- Sumarwan, U., 2003, *Perilaku Konsumen, Teori, dan Penerapannya dalam Pemasaran*, 289, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Tjiptono, F., 2008, *Strategi Bisnis Pemasaran*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tranggono, I. R., & Latifah, F., 2007, *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*, 1-7, Penerbit Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- 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.
- Wardah, 2013, Wardah Cosmetics, <http://www.wardahbeauty.com>, 11 Maret 2015.