

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana, “*Manajemen Strategi Pemasaran*”, Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.
- Ahmad, Nizam dan Delsi Tutia Rahmi, Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Tiket Pesawat Secara Online pada Konsumen Traveloka.com dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi, (2017)
- Agustianti, Rifka dkk, “*Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*”, (Makassar: CV. Tohar Media, 2022).
- Al-Quran Surat Asy-Syuara Ayat 181-183 *Al-Quran Cordoba* (Bandung: PT Cordoba Internasional Indonesia, 2012).
- Amstrong, Kotler, “*Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi ke 12*”, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Annisa, Nadya, Roswaty, Budi Setiawan, “Pengaruh Strategi Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sari Ayu di Outlet Mall Palembang Icon”, *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, Vol. 1, No. 2, 2020, 56.
- Ardiansyah, Yusuf dkk., “Pengaruh Label Halal, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian The Recek (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Malang)”, *e-Jurnal Riset Manajemen*.
- Ardianti, Diah Ayu dkk., Pengaruh Citra Merek, Keragaman Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Ayam Tulang Lunak Hayam Wuruk Cabang Jakarta Selatan, *jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, Vol. 3 No. 3, (2020).
- Arumsari, Nurul Rizka, Pengaruh Atribut Produk, Brand Ambassador, Label Halal, dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Konsumen Wardah di Kudus), *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Ayuniah, Putri, Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, Dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma yang Mengambil Kuliah di Kampus Depok), *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Volume 22 No.3*, Desember (2017).

- Azhari, Rafi Dimas dan Mohammad Frisky Fachry, judul “Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Batik Karawang di Ramayana Mall Karawang”, *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2020.
- Budi, “Kumpulan Artikel Manajemen II”, Medan: CV. Pusdikra Mitra Jaya, 2021.
- Bramantya, Yan Bayu, “Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter MX di Kota Denpasar”, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol 5, No.3, (2016), ISSN: 2302-8912.
- Bungin, Burhan, “*Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*”, Jakarta: Kencana, 2005.
- Cahyati, Tetet, Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian yang Berdampak pada Kepuasan Konsumen pada Kicau Kecil Baby Kids Cabang Bandung”, *Journal of Tax and Business*, 2023.
- Darma, Budi, “*Statiska Penelitian Menggunakan SPSS*”, Jawa Barat: Guepedia, 2021.
- Djakfar, Muhammad, “*Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*”, Malang: UIN Malik Press, 2007.
- Duli, Nikolaus, “*Meode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep dasar Untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data dengan SPSS*”, Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2019.
- Dzulkharnain, Amylia, Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, Vol 1, No. 2, (2019).
- Evita, Nurul, “Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Kasus pada Bakso Boedjangan Cabang Burangrang Bandung Tahun 2017)”, *Journal e-Proceeding of Applied Science*, Vol.3, No.2 Agustus, (2017).
- Falaah, Anisatul, Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wardah Exclusive Matte Lip Cream (Studi Kasus pada Konsumen Toko Agung Supplier Purwokerto).
- Fatlahah, Aniek, “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Wall’s Magnum”, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 1 No.2, (2013).

- Gunawan, Didik, “*Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*”, Jakarta: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022.
- Herdiana, Hana dkk., “*Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*”, Bandung: CV Pustaka Setia, 2013.
- Hidayat, Rahmat dan Devrina Resticha, Analisis Pengaruh Variasi Produk dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang pada Kosmetik Wardah (Studi pada Konsumen Kosmetik Wardah di Kota Batam), *Journal pf Business Adsmistration* Vol. 3 No. 1, Maret (2019).
- Husaini, Fira dkk., “*Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*”, (Teori, Penerapan, dan Riset Nyata), Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020.
- Irawan, Chandra dan Teguh Prayoga, “*Competitive Marketing Strategy*”, Jakarta: PT Gramedia, 2016.
- Irfan, Azuar Juliandi dan Saorinal Manurung, “*Metodologi Penelitian Bisnis (konsep & aplikasi)*”, Medan: UMSU Press, 2014.
- Irfan, Azuar Juliandi dan Saorinal Manurung, “*Metodologi Penelitian Bisnis (konsep & aplikasi)*”.
- Isfiandi dan Amirullah M. Amin, “Pengaruh Variasi Produk , Harga dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Keramik Mulia Tile pada PT. Surya Asia di Pekanbaru”, *Jurnal Akutansi, Kewirausahaan dan Bisnis*, Vol.1 No.1, (2019).
- Kotler dan Amstrong, “*Manajemen Pemasaran Jilid 2*”, (Jakarta: PT. Indeks, 2007).
- Kotler dan Keller, “*Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*”, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kotler, Philip, “*Manajemen Pemasaran*”, (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2009).
- Kotler, Philips, “*Manajemen Pemasaran: Edisi ke-13 Jilid I Terjemahan Bob Sabran*”, Jakarta: Erlangga, 2012.
- Kurniawan, Firman dkk., “Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Survei kepada Para Siswa SMAN 15 Surabaya Kelas XII yang Menggunakan Laptop Bermerek Asus), *Jurnal Adsmistrasi (JAB)*, Vol. 56 No. 1, 2018, 40.

- Kusumastuti, Adhi dkk., *“Metode Penelitian Kuantitatif”*, Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020.
- Lestari, Budi dan Ivo Novitaningtyas, “Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeerville-Oishi Pan magelang,” *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, Vol 2. No. 3, (2021).
- Lind, Douglas A. dkk., *“Teknik-Teknik Statistika dalam Bisnis dan Ekonomi Menggunakan Kelompok Data Global, Edisi 13”*, Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Lingga, Resni Ulina, “Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Hotel Amaris di Samarinda”, *E-Journal Ilmu Administrasi Bisnis*, (2016).
- Marzuki, *“Metode Riset”*, Yogyakarta: Ekonosia, 2005.
- Pramitasari, Fransisca, “Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian” Universitas Brawijaya Malang.
- Priansa, Doni Judi, *“Komunikasai Pemasaran Terpadu”*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2017.
- Rahmawaty, Anita, *“Ekonomi Mikro Islam”*, Kudus: Nora Media Enterprise, 2011.
- Ramadhani, Farah, Intip Data Penjualan Kosmetik Wajah Terlaris di Shopeedan Tokopedia Brand Makeup Lokal Kuasai Pasar, <https://compas.cp.id/article/brand-makeup-lokal/>
- Ritonga, Husni Muharram dkk., *“Manajemen Pemasaran: Konsep dan Strategi”*, Medan: CV, Manhaji, 2018.
- Rukajat, Ajat, *“Pendekatan Penelitian Kuantitatif Quantitative Research Aproach”*, Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2018.
- Sartika, “Analisis Framework S-O-R mengenai Online Shopping value dan Web Satisfaction terhadap Purchase Intention”, Jawa Tengah: Penerbit Lakeisha, 2019.
- Sasmitasen, dkk., “Pengembangan Home Industri di Desa Nibung-Paloh”, Jawa Barat: CV. Jejak, 2020.
- Sentosa, Bayu dan Muafiyatin, Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Tenun Ikat (Studi Kasus CV Paradila Penganan Maduran), Vo. 4 No. 2, (2021)
- Setiadi, Nugroho Juli Setiadi, *“Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran”*, Jakarta: Prenada Media, 2013.

- Siyoto, Sandu, *“Dasar Metodologi Penelitian”*, Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Subando, Joko, *“Teknik Analisis Data Kuantitatif Teori dan Aplikasi dengan SPSS”*, Jawa Tengah: Lakeisha, 2021.
- Sugiyono, *“Metode Penelitian Bisnis”*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sugiyono, *“Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D”*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sugiyono, *“Statistik untuk Penelitian”*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suliyanto, *“Metode Penelitian Bisnis: Untuk Skripsi dan Tesis”*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2009.
- Susanti, Libriani, “Minat Beli Konsumen Teh Botol Kemasan Terhadap Variasi Produk dan Kemasan Produk”, *Journal of Management and Bussines*, Vol 3, Nomor 2 (2021).
- Sutrisna, *“Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pasar”*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002.
- Suyoto, Danang, *“Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran”*, Yogyakarta: CAPS, 2012.
- Tajuddin, Makhdaleva H. dan Ade Sofyan Mulazid, Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri KCP. Sawang Kota Depok, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 8 No. 1, (2017).
- Tjiptono, Fandy, *“Pemasaran Jasa”*, Yogyakarta: Andi, 2014, 20
- Erika Vivita Mustika Ningrum dan Wahyu hidayat, “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Semarang”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. X, No. 3.2019, 1338.
- Wahyuningsih, Dwi Warni, “Pengaruh Variasi Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Motor Yamaha N-Max di Wonogiri, Vol.03 No.02, (2019).
- Waluya, Bagya, *“Sosiologi Menyelami Fenomena Sosial di Masyarakat untuk Kelas XII”*, Bandung: PT. Setia Purna Invers, 2007,
- Wangsa, I Nyoman Wara dkk., *“Promosi Penjualan untuk Membangun Electronic Word of Mouth dan Mendorong Pengambilan Keputusan Pembelian”*, Klaten: Lakeisha, 2019.
- Wijaya, Lugina Ahjan, Wahyu Prasetyo, Muhamad Ari Maulana dan Danang Kusnanto, “Pengaruh Promosi dan Citra

Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada KFC Mas Karawang”, *jurnal Sinar Manajemen*, 2022  
Yulianto, Nur Ahmad Budi dkk., “*Metodologi Penelitian Bisnis*”, Jakarta: Polinema Press, 2018.

