

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Sonia N. (2018). *Pengaruh Citra Merek , Harga , Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Mascara Maybelline Pada Mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara.*
- Azwar, S. (2010). *Metode Penelitian.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dewi, D. R., Hartono, S., & Stiqomah. (2017). *Pengaruh Iklan, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Probiotik Merek Yakult (Studi Kasus Pada Konsumen Yakult Di Kampung Botokan Pajang Laweyan Surakarta).*
- Fahira, S., Hartati, T., & Amir, H. (2019). *Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Maskara Maybelline (Studi Kasus Pada Mahasiswi Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta).* 16(2), 205–210.
- Febrina, M. (2018). *Pengaruh Harga , Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pencuci Wajah Pond ' S Pada Mahasiswa Akuntansi Politeknik Negeri Medan.*
- Firnanda, A., Kamener, D., & Yuliviona, R. (2017). *Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Air Mineral Dalam Kemasan Merek Sms Dikota Padang.*
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Spss.* Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, I. (2011). *Ekonomi Teori, Konsep Dan Aplikasi Dengan Spss 17.* Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Habibah, U., & Sumiati. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Dikota Bangkalan Madura.* 1(1), 31–48.
- Irtanti, Ervi Widha. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pixy Lip Cream (Studi Pada Mahasiswi Uin Sunan Ampel Surabaya).*
- Ismayana, S., & Hayati, N. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Pixy (Studi Pada Konsumen Produk Lipstik Pixy Toserba Borma Cipadung).* 10(2), 1–15.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (13th Ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 2* (13th Ed.; A. Maulana, Ed.). Jakarta: Erlangga.
- Latifah, F., & Iswari, R. (2013). *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. Gramedia Pustaka Utama.
- Nandiwardhana, D., & Hadi, M. (2018). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) & Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Keputusan Pembelian Susu Cair Dalam Kemasan Siap Minum Merek Ultra Milk Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Di Politeknik Negeri Malang*. 643–649.
- Phillip Kotler Dan Gary Amstrong. (2009). *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Putra, D. A., Hufron, M., & Slamet, A. R. (2017). *Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Agya Di Kota Malang (Studi Kasus Pembelian Mobil Toyota Agya Di Dealer Toyota Kartika Sari Malang)*. 5.
- Rangkuti, F. (2009). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Pt.Gramedia.
- Sanusi. (2016). *Metode Penelitian Bisnis* (6th Ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Saragih, B. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*. 6(3).
- Sari, D. Puspita, & Nuvriasari, A. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger (Kajian Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta)*. 3(2), 73–83.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press(Ub Press).
- Sholihah, S., & Santoso, E. B. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Di Martabak Terang Bulan "Bahari" Tunggulwulung Malang)*. 4(2), 394–397.
- Siregar, S. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perundingan Perhitungan Manual Dan Spss*. Jakarta: Kencana.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi* (F. Sigit, Ed.). Yogyakarta: C.V Andi Offset.

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyadi, Fristin, Y., & Fakultas, G. I. K. . (2016). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse Di Fisip Universitas Merdeka Malang)*. 3(1), 135–144.
- Suri, A., & Nst, M. O. A. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa*. 6(1), 660–669.
- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media.
- Wulandari, D. A., & Oktafani, F. (2017). *Pengaruh Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Telkom University Bandung)*. 11(1), 47–58.
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik*. 3(1), 11–18.
- Wulandari, S. (2015). *Pengaruh Harga Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Pada Produk Merek Rabbani*.
- Www.Topbrand-Award.Com. (2019). Top Brand Award.