

DAFTAR PUSTAKA

- Anggra ,Raeni, Sella, May.2021. *“Pengaruh Kualitas Produk,Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik MS Glow Cabang Klaten”*
- Dian, Yohana. Rahmawan, Gianjar. 2021. *“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier”*
- Dian, Yohana. Rahmawan, Gianjar. 2021. *“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier”*
- Fitri, I. N. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare*. Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Fitri, Nur, Ita. 2022.”*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap keputusan Pembelian Produk Pelembab Ponds”*
- Gunawan, A. (2002). *Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian*. Jakarta: STEI Indonesia.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Khotimah, Khusnul. Nurtantiono, Andri. 2021.”*Pengaruh Produk, Persepsi Harga, Dan Gaya Hidup terhadap Keputusan pembelian Produk Wardah Di Solo raya”*
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K.L.(2022). *Marketing Management*.16th Edition. New York: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K.L.(2024). *Marketing Management: Decision and Strategy*. New York: Person Education.
- Kotlerr, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Jakarta: Erlangga.
- Pratama, A. (2024). *Consumer Behavior and Decision Making in the Digital Era*. Jakarta: Pustaka Nusantara.

- Puspita, A., & Rahmawan, D. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik*. Jurnal Manajemen dan Pemasaran, 7(2), 101-115
- Putra, R. A., & Haryanto, S.(2024). *Pengaruh Brand Image dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Ratri, M. (2007). *Citra Merek sebagai Faktor Penentu Keputusan Pembelian Konsumen*. Surabaya: Penerbit Ekonomi dan Bisnis.
- Rumawung, Valerie. El, M, Tumb. Punuindoong. 2021.”*Pengaruh Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelin Kosmetik Maybelline di TRASMART Kairagi*”
- Saktiana, Nadela. Miftahudin, Agung, Muchamad.2021. “*Pengaruh Sikap Konsumen, Harga, Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal*”.Studi Pada Konsumen Pengguna Kosmetik Berlabel Halal di Purwokerto.
- Septinani, Riska. Rakhmawati. Budiasih. 2020.”*Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Celebrity Endorser dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah*”
- Setiadi, N.J.(2020). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Sihombing, Natalia.2021.”*Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Ponds*”.
- Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Wardhana, A. (2024). *Perilaku Konsumen di Era Digital 4.0-Edisi Indonesia*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- <https://www.topbrand-topbrand.award.com>