

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2019). *Satisfaction Management*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Andriani, F. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Guess Centre Point Medan*. Universitas Dharmawangsa.
- Arikunto, S. (1998). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Bumi Aksara. Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Pendekatan Modern*. Rineka Cipta.
- Aripin, Z., & Negara, M. R. P. (2021). *Business Behavior: Business Ethics & Consumer Behavior*. Deepublish.
- Assauri, S. (2009). *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi* (1st ed.). PT. Raja Grafindo Persada.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Raja Grafindo Persada.
- Assuari, S. (1996). *Manajemen Pemasaran: Dasar dan Strategi*. Raja Grafindo Persada.
- Audrain-Pontevia, A.-F., & Balagué, C. (2008). The Relationships Between Dissatisfaction, Complaints and Subsequent Behavior in Electronic Marketplace. *Advances in Consumer Research*, 35.
- Berger, J., & Iyengar, R. (2013). Communication Channels and Word of Mouth: How the Medium Shapes the Message. *Journal of Consumer Research*, 40(3), 567–579.
- Chang, T.-Z., & Wildt, A. R. (2012). Price, Product Information, and Purchase Intention: An Empirical Study on Consumer Behavior. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22, 16–27.
- Dwiantari, S. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas yang Dimediasi oleh Kepuasan: Studi pada Pelanggan Keju Indrakila di Boyolali. *Jurnal Ilmiah Aset*, 22(1), 51–62.
- Firmansyah. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, M. A., & Mahardhika, B. W. (2018). *Pengantar Manajemen*. Deepublish.
- Gaspersz, V. (2008). *Total Quality Management*. Gramedia Pustaka Utama.

- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, N. H., & Joesah, N. (2022). *Buku Ajar Kewirausahaan*. Feniks Muda Sejahtera.
- Harjuno, P. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda Scoopy: Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Harris, A., Kelly, S. E., & Wyatt, S. (2013). Counseling Customers: Emerging Roles for Genetic Counselors in the Direct-to-Consumer Genetic Testing Market. *Journal of Genetic Counseling*, 22, 277–288.
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Raja Grafindo Persada.
- Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (1986). *Consumer Behavior*. Business Publication Inc.
- Herliany, D. R. (1999). *Kecantikan Perempuan Timur*. Indonesia Team Po Box.
- Hidayat, R. S., & Sutopo, S. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Warung Spesial Bebek Goreng Andalan). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1168–1177.
- Kotler, P. (2022). The Battle Between Commercial Marketing and Social Marketing. *Social Marketing Quarterly*, 28(4), 325–331.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani (eds.); 12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Concepto de Marketing*. Naucalpan de Juárez: Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Perilaku Konsumen*. PT Midas Surya Grafindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.

- Kotler, P. T., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran* (8th ed.). Pearson Higher Ed.
- Krisdayanti, W. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kebijakan Harga serta Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pinkflash pada Santriwati Pondok Pesantren Al-Hidayah 2 Sindangreret Bandung*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Lee, S., & Lawson-Body, A. (2011). Perceived Dynamic Pricing. *Journal Of Industrial Management & Data System*, 1(1).
- Machfoedz, M. (2015). *Manajemen Pemasaran Kontemporer*. Kayon.
- Mahendrayasa, A. C. (2014). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Pengguna Kartu Selular Gsm “Im3” Angkatan 2011/2012 Dan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 12(1).
- Marwanto, A. (2015). *Marketing Sukses*. Kobis.
- Mulyanto, Y. (2013). *Studi Deskriptif Mengenai Pengaruh Strategi Produk Terhadap Minat Beli Kembali Di Kopitiam Oey Surabaya*. Petra Christian University.
- Nasution, M. N. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Ghalia Indonesia.
- Nursalam, N. (2003). *Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan*. Stikes Perintis Padang.
- Pratmika, W. P., & Parmin, P. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Word of Mouth (WoM), dan Product Quality terhadap Keputusan Pembelian: Studi pada Konsumen Restoran Mie Kiro di Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 5(6), 677–686.
- Rahmansyah, A. P., & Armaniah, H. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Pinkflash Pada Warga Kelurahan Cengkareng Timur. *Jurnal Cakrawala Akademika*, 1(3), 723–739.
- Ramadhany, N. (2023). *Pengaruh Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Implora di MK Cosmetics Tanjungpinang*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
- Rentica, P. E. (2024). *Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Sosial Media Influencer terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Maybelline (Studi pada Masyarakat Kota Pekanbaru)*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

- Robustin, T. P., & Fauziah, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Masyarakat di Kota Jember. *Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis III (SNMB3)*, 94–101.
- Rosiana, D. G. (2011). *Pengaruh E-Servqual Terhadap Nilai Pelanggan, Kepuasan, dan Word of Mouth Communication Anggota Situs Jejaring Sosial Facebook*. Universitas Udayana.
- Sangadji, E. M. S. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Andi.
- Sanjaya, S. (2015). Pengaruh Promosi dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Sinar Sosro Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2).
- Saputri, D. A., & Setyawati, H. A. (2020). Analisis Pengaruh Beauty Vlogger Sebagai Reference Group, Lifestyle dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pixy. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(5), 788–801. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i5.621>
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). *SPSS Vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Salemba Empat.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). *Consumer Behavior Upper Saddle River*. Prentice Hall, Inc.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2011). *Consumer*. John Wiley & Son.
- Sernovitz, A. (2009). *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking*. PressBox Publishing.
- Silalahi, R. Y. B., & Susantri, L. A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Tempat, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas di Pasar Seken Aviari. *Jurnal Elektronik Rekaman*, 2(2598–8107), 83–94.
- Silverman, G. (2011). *Secrets of Word-of-Mouth Marketing: How to Trigger Exponential Sales Through Runaway Word of Mouth*. AMACOM Div American Mgmt Assn.
- Sinaga, G. N. P., Simanjorang, E. F. S., & Zebua, Y. (2024). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Shopee, Referensi Rekan Kerja, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Guru Sman 2 Rantau Utara. *Jurnal Mirai Management*, 9(1), 308–318.
- Sudaryono, D. R. (2014). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pemasaran*:

Analisis dan Implikasi untuk Strategi Pemasaran. Lentera Ilmu Cendekia.

Sugiharto, & Sitinjak. (2006). *Lisrel*. Graha Ilmu.

Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sukmadinata, N. S. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*,. Remaja Rosdakarya.

Sumardy, M. S., & Melone, M. (2011). *The Power of Word of Mouth Marketing*. Gramedia Pustaka Utama.

Sumarwan, U. (2012). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.

Sunyoto, D. (2013). *Penelitian Sumber Daya Manusia*. Buku Seru.

Supranto, J. (2000). *Metode Ramalan Kuantitatif: untuk Perencanaan Ekonomi dan Bisnis*. Rineka Cipta.

Supranto, L., & Limakrisna, N. (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (2nd ed.). Penerbit Mitra Wacana Media.

Tampinongkol, V. M., & Mandagie, Y. (2018). Analisis Pengaruh Word of Mouth, Kualitas Produk, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Andi.

Tjiptono, F. (2012). *Manajemen Pelayanan Jasa*. Andi Offset.

Umar, H. (2000). *Research Methods in Finance and Banking*. Gramedia Pustaka Utama.

Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11–18. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i1.81>

Zulkifli, A. M. (2012). *Manajemen Sistem Informasi*. Gramedia Pustaka Utama.