

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. dan Alexander L. Biel. 2013. *Brand Equity and Advertising: Advertising Role in Building Strong Brand*.
- Alma, Buchari (2016), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan. Kesembelian, Alfabeth, Bandung.
- Ayuniah, Putri. (2017). *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 Bisnis
- Badriyah, Mila. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: CV Pustaka.
- Devi dan Audita. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger (Kajian Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta)*. Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis (JPEB).
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi 5. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program. IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Iik Khoernnikmah. (2018). *Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi kasus pada konsumen Toko Sinar Muda Busa)*. e – Jurnal Riset Manajemen
- Indiantoro dan Supomo, 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta.
- Kotler, & Armstrong, (2018), *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.

Kotler, dan Keller. (2016). *Marketing Management*, 15th. Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

Mahanani, Estu. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mataharimall.Com*. IKRAITH-HUMANIORA, Vol. 2, No. 2.

Muharam & Soliha. (2017). *Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio*

- Nazir, Moh. 2014. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Peter dan Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Penerbit Salemba.
- Rangkuti, Freddy (2015), *Riset Pemasaran*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sari, Sumaryono, Widyastuti & Djoharsjah. (2019). *Pengaruh Pemasaran Terpadu Online dan FaktorFaktor Yang Membangun Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetika Kategori Perawatan Kulit*. Jurnal Bisnis dan Komunikasi.
- Sekaran, 2017. *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan. Pengembangan-Keahlian*. Jakarta. Salemba Empat.
- Sukmadinata, Nana Syaodih, 2012. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- Sutisna, Sunyoto. (2013). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya.
- Trisnawati, Nana. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion Mayoutfit Cabang Bekasi*. IKRAITH EKONOMIKA Vol 1 No 2.
- Tjiptono & Diany. 2016. *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*, Andi. Offset, Yogyakarta.