

DAFTAR PUSTAKA

- Adinata, K. J., & Yasa, N. N. K. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, dan Sikap Terhadap Niat Beli Kembali Di Situs Lazada. *E-Jurnal Manajemen*, 7(8), 4153-4180.
- Adnan, A. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhok seumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(2).
- Ajzen, Icek. (1991). *The Theory of Planned Behaviour*. In: Organizational Behaviour and Human Decision Process. Amherst, MA: Elsevier, 50:179-211. Andi Offset.
- Amrullah, Artika Romal. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol.5, No.7*,
- Anggraeni, Priska Nita. (2013). “Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Mediasi pada Produk Viva Kosmetik di Kota Surabaya”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, ISSN: 2303-162X.
- Annisa, N., & Heriyanto, M. (2017). Pengaruh Country Of Origin dan Brand Image terhadap Minat Beli pada Produk Smartphone Samsung (Studi pada PT Samsung Electronic Indonesia Cabang Pekanbaru). *Jurnal ilmu sosial dan politik*, 4(2), 1-8.
- Artha U. (2011). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Persepsi Risiko, Kepercayaan, Inovasi Pribadi, dan Kesesuaian Terhadap Sikap Penggunaan E-Commerce. *Skripsi. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*.
- Asnawi, M. I. (2017). Konsistensi Penegakan Hukum Humaniter Internasional dalam Hubungan Antar Bangsa. *Jurnal Hukum Samudra Keadilan*, 12(1), 111- 122.
- Augusty, Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen: *Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: UNDIP.
- Azwar, Saifuddin. (2003). *Sikap Manusia Teori dan Pengukuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Badar, E. F., & Seniati, A. N. L. (2017). Pengaruh trust terhadap berbagi pengetahuan melalui mediasi komitmen organisasi pada dosen perguruan tinggi. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikolog*, 2(1),2017.
- Basu Swastha dan Irawan, 2010, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Penerbit Liberty
- Beneke, Justin dan Natalia Zimmerman, 2014. Beyond Privat Label Panache : The Effect of Store Image And Perceived Price on Brand Prestige. *Journal of Consumer Marketing*. 31(4), 301 – 311.
- BPOM. 2013. Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 445/Menkes/Permenkes/ 1998. www.pom.go.id. Diakses pada 16 Desember 2021
- Daryanto.(2011). *Manajemen Pemasaran Cetakan 1*. Bandung: Satu Nusa. Daft.
- Donald dan Pamela Schindler.(2013). *Business Research Methods*.12th Edition. New York : Mc Graw-Hill Higher Education.
- Effendy, A. (2013). Pengaruh Customer Value Proposition Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Consumer Pack Premium Baru Bogasari. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 2(1).
- Engel, James. (2010). *Consumer Behavior*. Eight Edition. Orlando: *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1-8.
- Erlangga. Fakultas Ekonomi, 2020. *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Fang, Shan. 2014. Empirical Study of Influential Elements of University Students E-satisfaction. *International Journal of Business and Sosial Science*.5(6), 122 – 129.
- Gefen, David. 2002. Customer Loyalty in E-Commerce. *Journal of the Association for Information Systems: Vol. 3: Iss.*
- Ghozali.(2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2017. *Manajemen Pemasaran* Edisi Pertama. Yogyakarta :

BPFE.

Hall. Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). **Marketing an Introduction**. New Jersey: Prentice Hall, Cop.

Hartono, Jogiyanto. (2007). **Sistem Informasi Keperilakuan Edisi Revisi**. Yogyakarta: BPFE.

Haryosasonko, F. (2015). Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Pembelian Online Pada Website.

Hsu, M. H., & Chiu, C. M. (2002). "*Predicting Electronic Service Continuance with a Decomposed Theory of Planned Behaviour*". Behavior & Information Technology.

Huang, C.C., You, C.S., and Tsai, M.T. 2012. A Multidimensional Analysis of Ethical Climate, Job Satisfaction, Organizational Commitment, and Organizational Citizenship Behaviors, *Nursing Ethics, Vol 19, No 4, pp. 513– 529*.

Keller. L.K. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity*, 4th Edition. England:

Kotler, P., & Armstrong, G. (2002). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.

Kotler, Philip. (2003). *Marketing Management 11 Edition*. New Jersey: Prentice

Lupiyoadi. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*, Jakarta: Salemba Empat.

Machfoedz, Mahmud. 2005. *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN

Martha, E. P. (2015). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Suasana Salon terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada

Pelanggan Flaurent Salon Yogyakarta). *Universitas Negeri Yogyakarta: Tesis Putera, Andri. www. techniumscience. com.*

Media Kom Viva kosmetik.(2011). *Tentang Viva kosmetik.* Diakses 10 Februari 2017, dari <http://vivacosmetic.com/id/>

Nirwana, N. (2017). Sistem Informasi Manajemen Perpustakaan Madrasah Tsanawiyah Muhammadiyah Kalosi Kabupaten Enrekang, *E-Jurnal Manajeme* . Makassar : Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Pearson Education Limited Kotler, Philip.(2000). *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Prenhallindo.

Prasetijo, Ristiyanti John J.O.I Ihalauw (2005), *Perilaku konsumen,* Yogyakarta: BPFE.

Prentice Hall.Kotler, Philip dan Gary Amstrong.(2010). *Principles of Marketing.*13th Edition.Jakarta : Edisi Person Terbatas.

Priyatno, Dwi. (2008). *Mandiri Belajar SPSS.* Yogyakarta:

Puspasari, A. (2014). Pengaruh kualitas produk terhadap word of mouth melalui kepuasan pelanggan. *Sumber, 1(1.168), 1-010.*

Richard L. (2010). *Era Baru Manajemen, Terj. Edisi kesembilan buku II bekerja sama dengan Tita Maria Kanita,* Jakarta: Salemba Empat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Roslina. 2010. Citra Merek: Dimensi, Proses Pengembangan Serta Pengukuran. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Volume 6 No.3.*

Shimp, Terence A. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan Dan Promosi:* Jakarta : Selemba Empat.

Stanton, William J. 2012. *Prinsip pemasaran,* alih bahasa : Yohanes Lamarto Jakarta : Penerbit Erlangga.

Sulastri, T. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Mahasiswa Serta Implikasinya Pada Citra Perguruan Tinggi. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 1(1), 41-52.

Sulistyawati, P. 2010. Analisis pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian laptop merk Acer di Kota Semarang. *Manajemen Pemasaran. Universitas Diponegoro*.

Universitas Diponegoro. *Book Company, United States of Amerika*.

Zeithaml, Valarie A., Mary Jo Bitner dan Dwayned D. Gremler. (2017). Services Marketing. Integrating Customer Focus Across the Firm. *4th edition. International Edition. Singapore: McGraw-Hill*.

Zulian Yamit. (2013). *Manajemen Kualitas Produk & Jasa* (Vol. Edisi Pertama). Yogyakarta: Ekonisia.