

DAFTAR PUSTAKA

- A Shimp, T. (2010). *Advertising, Promotion, & Other Aspects of Integrated Marketing Communication*. United States: Cengage Learning.
- Agus, H., & Ari, S. (2021). Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Motor Honda Beat. *Manajemen Dan Bisnis*, 91-97.
- Alma, Buchari. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bandung, Alfabeta
- Ameliani, H. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Pada Ms Glow Beauty Store Klaten*. Jurnal Ekonomi.
- Amirullah, Widayat. 2002. *Metode Penelitian Pemasaran*. Malang : CV. Cahaya Press. Arni Purwanti Dan Rahma Wahdiniwaty. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kewajaran Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cinderella School Of English For Children Di Bandung. *Jimm Unikom*, 62-75.
- Arifin. 2006. *Pencitraan dalam Politik*, Jakarta: Pustaka Indonesia, hal 39.
- Ashifa, M. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi Dan Label Halal Terhadap Kepuasan Pelanggan MS Glow Pada Rentang Usia 18-25 Tahun Di Kota Malang. *Universitas Islam Malang*, 8.
- Ashifa, M., Rois, A., & M. Khoirul, B. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi Dan Label Halal Terhadap Kepuasan Pelanggan Ms Glow Pada Rentang Usia 18-25 Tahun Di Kota Malang. *Riset Manajemen*, 50-68.
- Aslinda. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Rumah Cantik Dita Skincare Kec. Sangkapura Bawean- Gresik. *Repository Universitas Islam Malang*, 15-26.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok : PTRaja Grafindo Persada.
- Assauri, S., 2015. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Boone, Louis E dan Kurtz, David L. (2002). *Pengantar Bisnis*. Jilid ke-1. Terjemahan
Anwar Fadriansyah. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Brigitte, T., Ferdy, R., & Farlane, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *EMBA*, 891-900.

- Buchari Alma, (2011), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Kesembelian, Alfabeth, Bandung.
- Cahyono, P. (n.d.). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Elladerma Skincare Malang. *E-Jurnal*.
- Copyright. (2016). *Faktor Kepuasan Konsumen*. E-Jurnal.
- Dewi O. I. dan Sutanto E. M. (2018). “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Chang Tea di Surabaya”. *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol.6, No.2, 2018.
- Dharmmesta, Basu Swastha, Handoko, T. Hani. (2012). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Kosumen Edisi Pertama*. Jakarta: BPFE
- Ditamei, S. (2022). *Pengertian kerangka pemikiran*. Detik Jabar.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Gitosudarmo, Indriyo. 2000. *Manajemen Pemasaran*. BPFE. Yogyakarta
- Handi, Irawan. 2004. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Cetakan Kelima. Jakarta: ElexMedia Komputindo.
- Handayani, (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu.
- Hariyanto, A., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Motor Honda Beat. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 3(1), 91–98.
- Herawati Wulandari, R., Qomariah, N., & Gunawwan Wibowo, Y. (2017). Pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap Kepuasan konsumen (studi kasus pada konsumen kosmetik dan skincare di alfabelenskin pusat banyuwangi). *Studi Manajemen Fakultas Ekonomi*, 1–10.
- Hosmer, David W. and Stanley Lemeshow. 2000. *Applied Logistic Regression Second Edition*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Husein Umar, (2005). *Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis*, Jakarta: Grafindo Persada.
- Ilmia, N. (2022). *Faktor Kualitas Produk*. Vocasia.
- Irawan, Handi (2015) 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan, Elex Media Komputindo., Jakarta
- J. Supranto. Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar. Jakarta: Rineka Cipta. 2011. pp 59-241

- Jasfar. 2012. 9 Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa. Salemba Empat: Jakarta.
- Kasinem, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329.
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Kastori, R. (2023). *Faktor Promosi*. Kompas.Com.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity (Fifth Edition)*. Pearson Education.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: ErlanggaCV.
- Kotler Philip, Amstrong Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12. PenerbitErlangga.
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016: *Marketing Management*, 15th Edition NewJersey: Pearson Pretice Hall, Inc
- Kotler, Philip and Lane Keller. 2017. *Marketing Manajemnt*, 15th Edition NewJersey: Pearson Pretice Hall, Inc
- Kotler, Philip, 1996, “ *Manajemen Pemasaran : Maketing Management 9e* ” , Jakarta,PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia.Jilid1 dan 2.Jakarta : Erlangga.
- Kotler,Philip dan Gary Amstrong.2008.*Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1.Jakarta:Erlangga
- Linardi, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga TerhadapKepuasan Konsumen Pada Bisnis Online Shop RI_Watch. *Agora*, 7(1), 5.
- Lupiyoadi, (2001). *Manajemen pemasaran jasa teori dan praktik* : Salemba empat
- Maharani, A., Arifin, R., & Suharto, M. K. A. B. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi Dan Label Halal Terhadap Kepuasan Pelanggan Ms Glow Pada Rentang Usia 18-25 Tahun Di Kota Malang. *E-JRM : Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(eJrm Vol. 10 No. 13 Agustus 2021), 78–95.
- Mullin, John W, Orville C Walker. 2005. *Marketing Management A Strategic Decision*, fifth edition, New York: McGraw Hill.195 hal

- Mullins Jhon W, C. Orville, Jean-Claude Larreche, dan Harper W Walker Boyd. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Nasution. 2010. *Berbagai Pendekatan dalam Proses Belajar dan Mengajar*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nathaza, G., & Singgih, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Maksipreneur: Manajemen, Koperasi dan Entrepreneurship*, 146-163.
- Nawawi, Hadari. 2012. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Produk, P. K., & Kualitas, H. D. A. N. (2022). *Intervening Pada Rumah Cantik DitaSkincare*.
- Puguh, C. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Elladerma Skin Care. *EKBIS*, 1085-1091.
- Qomariah Nurul, 2011. Pengaruh Promosi, Citra Institusi, dan Nilai Kesilaman Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas. *Jurnal Aplikasi Manajemen Volume 10 Nomer 1 2012*
- Reri, H., Nurul, Q., & Yohanes, G. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Kosmetik Dan Skincare Di Alfabelenskin Pusat Bnayuwangi). *Universitas Muhammadiyah Jember*, 13-25.
- Reri, H., Nurul, Q., & Yohanes, G. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Kosmetik Dan Skincare Di Alfabelenskin Pusat Bnayuwangi). *Universitas Muhammadiyah Jember*, 13-25.
- Saladin, Djaslim. 2016. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Pelaksanaan, Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: CV. Linda Karya.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L., L. 2019. *Perilaku Konsumen, Edisi 7. Alih Bahasa: Zoelkifli*. Jakarta : Indeks
- Sugiyono. (2015). *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. ALFABETA
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung

- T, Hidayat. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Smartphone Samsung Di NEO KOMUNIKASI. *Ekonomi dan Bisnis*, 195-202.
- Thabroni, G. (2022a). *Faktor, Indikator, Dimensi Kualitas Pelayanan*.
- Serupa.Id.Thabroni, G. (2022b). *Faktor, Indikator Harga*. Serupa.Id.
- Tjiptono Fandy, Gregorius Chandra (2020) *Service, Quality dan Satisfaction (Edisi 5)* Penerbit Andi Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, AndiOffset, Yogyakarta.
- Tombeng, B., Roring, F., & Rumokoy, F. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 891–900.
- Wheeler, Alina. (2006). *Designing Brand Identity : A Complete Guide to Creating*.
- Wikipedia. (2021). *Informasi Wardah*. Ensiklopedia Bebas.
- Wisnalmawati, 2005, Pengaruh persepsi dimensi kualitas layanan terhadap niat pembelian ulang. *Jurnal ekonomi dan bisnis*, No. 3 jilid 10 2005.
- Woen, N. G., & Santoso, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Normal terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(2), 146.