

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.
- Abdullah, Ma'ruf, 2015, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Sleman: Aswaja Persindo).
- Abdullah,Thamrin, 2003, *Manajemen Pemasaran*, , Jakarta: Rajawali Pers
- _____ dan Francis Tantri, 2016, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada).
- Abdurachman, Ujianto, 2004. Analisis Faktor-Faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung (Studi Perilaku Konsumen Sarung di JawaTimur). *Jurnal manajemen & kewirausahaan Vol. 6, No.1*,
- Andi, 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Aprian, Bernadus Alvin, dan Adrian Hidayat, 2018, Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Snack Coklat Tobelo Pada PT. Bumi Tangerang Coklat Utama, *Eco-bus: Volume 1 nomer 1*.
- Assael, H. 2002, *Consumer Behavior and Marketing Action*. Boston: PWS-Kent Publishing Company.
- Bayanuloh, Ikhsan, 2019, *Marketing Syariah*, (Yogyakarta: Deepublish)
- Data Hasil Rekapitulasi Bagian Tata Usaha Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Tahun Akademik 2021/2022.
- Duli, Nikolaus, 2019, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Deepublish).
- Ferdinand, Augusty, 2006, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fauziah, Ninda dan Dadan Abdul Aziz Mubarak, 2019, Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli : Studi pada Produk Kecantikan, *Journal IMAGE* Volume 8, Number 1.
- Gaspersz, Vincent, 1997, *Manajemen Kualitas Penerapan Konsep-konsep Kualitas dalam Manajemen Bisnis Total*, Cetakan Pertama. Jakarta: PT. Gramedia: Pustaka Utama.

- Ghozali, Imam, 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi 5. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Harahap, Dedi Ansari, 2015, Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi keputusan Pembelian Konsumen di Pajak USU (Pajus) Medan, *E-jurnal Keuangan dan Bisnis*, Vol.7 No.3, Medan Universitas Islam Sumatera Utara.
- <https://www.uinsatu.ac.id/profile/sejarah-stain> , diakses pada tanggal 7 Juli 2022 pukul 21.00 WIB.
- <https://febi.uinsatu.ac.id/fakultas/visi-misi-a-tujuan> , diakses 7 Juli 2022 pukul 21.00 WIB
- Jetta K, 2015. *TABS Analytics Second Annual US Cosmetics Study*, US, TABS Industry Report.
- Kertajaya, Hermawan. 2004. *Hermawan Kartajaya on Brand. cetakan pertama*, Bandung: Mizan,
- Kementerian Agama Republik Indonesia. 2013. *Al qur'an Terjemah Per Kata Asbabun Nuzul dan Tafsir Bil Hadis*. Bandung: Nur Alam Semesta
- Kinrear, Thomas C dan Taylor, James R. 1995. Riset Pemasaran. Alih Bahasa, Yohanna Lamarto; Jilid II. Erlangga. Jakarta.
- Kodu, Sarini. 2013. "Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza", *Jurnal EMBA 1251 Vol.1 No.3*.
- Kotler, Philip & Armstrong Gary. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga).
- _____. 2006. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Terjemahan oleh Bob Sabran*. Edisi ke 13. Jilid 2. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran. Terjemahan*, Bob Sabran. Edisi ke 13, Jilid 1, Jakarta : Erlangga.
- _____. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 2, (Erlangga: Jakarta).
- Kristanto, Vigih Hery, 2018, *Metodeologi Penelitian Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI)*,(Yogyakarta: Deepublish).
- Kuntjojo, 2009, *Metodologi Penelitian*, (Kediri: Universitas Nusantara PGRI Kediri).

- Liana, 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Lilis dan Esa, 2021. Membangun Citra Merek sesuai Konsep Syariah, *Economic and Business Management International Journal September* , Vol. 3 | No. 3
- Low, George S., Lamb Jr, Charles W. 2000. The Measurement and Dimensionality of Brand Associations, *Journal of Product and Brand Management*. Vol. 9 No. 6.
- Maintiningsih. 2008. "Hubungan antara Secure Attachment dengan Motivasi dan Prestasi pada Remaja" *Jurnal Psikologi*. Hal. 53 <https://www.topbrandaward.com/faq-top-brand-award/>(diakses 4 Juli 2022 pukul 18.00
- Monks, F.J, *etc all*, 2006. *Psikologi Perkembangan Pengantar dalam Berbagai Bagianya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Oktaviani, Lusiana dan Sutopo, 2014, Analisis Pengaruh Brand Image (Citra Merek), Kualitas Produk, dan Harga terhadap Minat Beli Produk Mie Instan Supermi (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Instan Supermie di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management Volume 3, Nomor 4*,
- Pertiwi, Luh De Ayuningrum Ratna, 2019, Skripsi "Pengaruh Citra Merk dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Exclusive Matte Lipcream, UNESA:.
- Putri, Alif Khansa, 2017, Pengaruh Kualitas Produk, Skripsi "Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Bangun Drajat Warga Yogyakarta Perspektif Ekonomi Islam" Yogyakarta,
- Prabowo, Indra Jaya Krisna Gede, 2016. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Word of Mouth terhadap Minat Beli (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNY Pengguna Iphone)*. UNY.
- Radjab, Enny dan Andi Jam'an, 2017, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar).
- Rahmani, Nur Ahmadi Bi, 2016, *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Medan: UIN SU.
- Retnowulan, Julia. 2017 "Pengaruh Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi", *Cakrawala*, Vol. XVII, No. 2, Jakarta.

- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan, , 2020, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, (Yogyakarta: Deepublish).
- Sadarta, Helena, 2017, *Performa : Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, Volume 3 nomor 3.
- Sari, Anggi Purnama, 2020. Skripsi “*Pengaruh Brand Image dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Wardah Lipstick Exclusive Matte Lipcream (Studi Kasus Konsumen pada Toko Fajar Cosmetic Pekanbaru)* Pekanbaru.
- Satria, Arief Adi, 2017, Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 2, Nomor 1*.
- Schiffman, Leon G *etc all*, 2007, *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa: Zoelkifli Kasip, Jakarta: Indeks.
- Sulistiyari, Ikanita Novirina, 2012, “*Analisis Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Produk Oriflame* (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang), Semarang. *Skripsi*.
- Sugiyono. 1999, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta).
- _____. 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sujarweni, V. Wiratna, 2015, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunarti, *etc all*, 2019. Pengaruh Beauty vlogger terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah dengan Citra Merek sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol. 19, no. 4,.
- _____, 2016. *etc all, Brand dalam Implikasi Bisnis*, (Malang: UB Press).
- Supranto, J. 2007, *Teknik Sampling Untuk Survei Dan Eksperimen*. Jakarta: Rineka cipta
- Suryani, Tatik, 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sutisna, 2003, *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, Remaja Rosdakarya. Bandung.

- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta:Raja Grafindo Persada, 2004).
- Swastha, Basu dan Irawan, 2005, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta:Liberty).
- Tjiptono, Fandy 2008, *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- _____, 2015 . *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta : Andi.
- Waqi'ah, Ismatul. 2019. “*Analisis Pengaruh Merek Kosmetik terhadap Minat Beli Konsumen dengan Pengetahuan sebagai Variabel Moderasi di Kota Makassar*”(Studi pada Perguruan Tinggi Negeri), Makassar.
- Waruwu, Christ Bastian, Sejarah Berdirinya PT Paragon Technology and Innovation Hingga Sukses, <https://www.idntimes.com/life/career/christ-bastian-waruwu/sejarah-pt-paragon-c1c2>, diakses pada tanggal 7 Juli 2022 pukul 21.00 WIB.
- Widiyaningrum, W.P. 2016. Pengaruh Label Halal dan Celebrity Endorses terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol.VI, No. 2.
- Wiguna, Andreanus Aditya, 2020, “*Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Ulang Sepatu Vans* (Studi kasus mahasiswa sanita darma di kampus 1)”, *Skripsi*, Yogyakarta.
- Willy dan Siti Nurjanah, 2019, “Pengaruh Kemasan Produk dan Rasa terhadap Minat Beli yang berdampak Pada Keputusan Pembelian Pelanggan, Minuman Energen”, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 9, issue 2 Juni.
- Wirayanthi, Noverita dan Singgih Santoso, 2019, Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara Vol 2 No 1*.