

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian, K. (2017). Memilih Pelembap Wajah Berdasarkan Jenis Kulit. Diperoleh dari <https://www.alodokter.com/wajah-bermasalah-ini-dia-solusinya>
- Alma, B. (2011). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Cetakan 9. Bandung: Alfabeta.
- Amandeep., Varshney, S., & Aulia, S. (2017). The Impact of Advertising on Consumer Purchase Decision with Reference to Consumer Durable Goods in Oman. *International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR)*, 5(12), 11-19. ISSN2349-0330 (Print) & ISSN2349-0349 (Online). Diperoleh dari <https://www.arcjournals.org/pdfs/ijmsr/v5-i12/2.pdf>.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen pemasaran dasar, konsep dan strategis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode penelitian manajemen*. 2nd ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. 8th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gravetter, F.J., & Wallnau, L.B. (2013). *Statistics for behavioral sciences*. 9th ed. Belmont, CA: Wadsworth, Cengage Learning.
- Griffin. R.W. (2010). *Management*. 2nd ed. Boston: Houghton Mifflin
- Griffin, J. (2002). *Customer loyalty: How to earn it, how to keep it*. Kentucky: Mc GrawHill. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga
- Hartono, J. (2013). *Metodologi penelitian bisnis: Salah kaprah dan pengalaman pengalaman*. Edisi Kelima. Yogyakarta: BPFPE.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Istiqomah, Hidayat, Z., & Jariah, A. (2019). Analisis pengaruh kepercayaan, iklan dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian di situs Shopee di Kota Lumajang. *Progress Conference*, 2, 557-563. Diperoleh dari <http://proceedings.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/progress/article/view/206/193>.
- Keller, K.L. (2013). *Strategic Brand management: building, measuring, and managing brand equity*. 4th Edition. USA: Pearson Education, Inc

- Kevin, Widayatmoko, & Pribadi, M.A. (2019). Pengaruh Fungsi Iklan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek. *Prologia*, 3(1), 169-176. Diperoleh dari https://www.researchgate.net/publication/338024781_Pengaruh_Fungsi_Iklan_Dan_Citra_Merek_Terhadap_Loyalitas_Pelanggan_Gojek/link/5dfad848a6fdcc28372bdf78/download.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. 12th ed. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principle of Marketing*. New Jersey: Pearson.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. 13th ed. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management*. Global Edition. United States of America: Pearson Education Limited.
- Limanto, D.O. & Dharmayanti, D. (2015). Pengaruh experiential marketing dan customer value terhadap customer loyalty melalui brand image dan brand trust sebagai variabel intervening di Artotel Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(1), 1-13. Diperoleh dari <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/3430/3103>
- Manorek, S.L. (2016). The influence of brand image, advertising, perceived price toward consumer purchase intention (Case study: Samsung Smartphone). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1), 661-670. Diperoleh dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/11087/10677>.
- Morissan, A.M. (2010). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Noya, A.B.I. (2018). Ketahui Hal-hal yang Berkaitan dengan Perawatan Kulit. Diperoleh dari <https://www.alodokter.com/ketahui-hal-hal-yang-berkaitan-dengan-perawatan-kulit>.
- Palma, M.A. & Andjarwati, A.L. (2016). Pengaruh kualitas produk, kemudahan, dan harga terhadap niat beli ulang dengan kepuasan sebagai variabel intervening (Studi pada pelanggan produk fashion melalui toko online di Surabaya). *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 16(1), 84-104. Diperoleh dari <https://www.jrem.iseisby.or.id/index.php/id/article/view/37>.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus integrated marketing communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslim, A.C., & Tumewu, F.J. (2015). The influence of advertisement, perceived price, and brand image on consumer buying decision to Asus mobile

phone. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3), 363-482. Diperoleh dari https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiH3_gvs_uAhU5qksFHRo9BhcQFjACegQIBBAC&url=https%3A%2F%2Fejournal.unsrat.ac.id%2Findex.php%2Femba%2Farticle%2Fdownload%2F9412%2F8988&usg=AOvVaw3pmweDAzBVC4TUJMcsTOLY

- Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L. (2007). *Consumer behavior*. (9th ed.). New Jersey: Person Education.
- Schiffman, L.G. & Kanuk L.L. (2010). *Perilaku Konsumen*. (7th ed.). Jakarta: Indeks.
- Schiffman, L.G. & Wisunblit, J. (2015). *Consumer behavior*. New Jersey: Person Education.
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2013). *Research methods for business: A skill-building approach*. 6th Edition. New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Setyowati, E. & Wiyadi. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. *DAYA SAING Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 18(2), 102-112. Diperoleh dari <http://journals.ums.ac.id/index.php/dayasaing/article/view/4507/3224>.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V.W. (2014). *SPSS untuk penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunjoyo, Setiawan, R., Carolina, V., Magdalena, N. & Kurniawan, A. (2013). *Aplikasi SPSS untuk smart riset*. Cetakan Kedua. Bandung: Alfabeta.
- Susanty, A. & Kenny, E. (2015). The relationship between brand equity, customer satisfaction, and brand loyalty on coffee shop: Study of Excelso and Starbucks. *Asean Marketing Journal*, VII(1), 14-27. Diperoleh dari <https://doi.org/10.21002/amj.v7i1.4481>.
- Solomon, M. R. (2018). *Consumer Behavior*. Edisi 12. England Pearson Education Limited.
- Tjiptono, F. (2005). *Brand management & strategy*. Cetakan 1. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. 3rd ed. Yogyakarta: Andi Offset.
- Top Brand Award. (2019). Diperoleh dari <https://www.topbrand-award.com/en/2019/07/klinik-kecantikan-perawatan-kulit-fase-2-2019/>

- Venessa, I. & Arifin, Z. (2017). Pengaruh citra merek (brand image) dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen (Survei pada mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 pengguna Kartu Pra-Bayar Simpati). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(1), 44-48. Diperoleh dari <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2105>.
- Winata, H.P. (2015). Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Nmax di Kota Bandung. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen maranatha.



