

## DAFTAR PUSTAKA

### I. Buku

- Daryanto. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Fahmi, I. (2016). *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto, HM. (2008). *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 13 Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Malau, Harman. (2018). *Manajemen Pemasaran: Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Noor, Juliansyah. (2012). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Pramutoko, B. (2014). *Manajemen Pemasaran Internasional*. Surabaya: Jenggala Pustaka Utama.
- Saban, Echdar. (2017). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sekaran, Uma & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis* (edisi 6, buku 1 & 2). Jakarta: Salemba Empat.
- Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- (2016). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Vinci, M. (2009). *Manajemen Bisnis Eceran*. Bandung.

## II. Skripsi

Desy, E. R. P.(2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Studi Pada Konsumen Wardah Cosmetics di Indonesia)*. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Lestari, A. (2016). *Pengaruh Harga Dan Produk Terhadap Keputusan Membeli Produk Elzatta (Studi Kasus Pada Mahasiswa Uin Raden Fatah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam)*. UIN Raden Fatah Palembang.

Merlida, S. (2016). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja (Studi Pada Toko Taman Bunga Kotagede Yogyakarta)*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Suharni. (2012). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Oriflame Pada Pt. Orindo Alam Ayu Di Pekanbaru*. UIN Suska Riau.

## III. Jurnal

Agusra, D. (2018). *Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tepung Bumbu Mamasuka*. Journal of Economic, Business and Accounting. 1 (II).

Artika dan Sasi. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, 7 (V).

Baskara, Y. (2017). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Volkswagen Golf*. e-Proceeding of Management. 2(IV).

Panzy, dan Aditya. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Konveksi Fazry*. E-Proceeding of Management. 3 (II): 4-5.

Zulaicha, S dan Rusda, I. (2016). *Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam*. Jurnal Inovasi dan Bisnis. 2(IV).

## IV. Majalah

Oriflame. (2018). Produk Feet Up. Katalog Oriflame. Hlm 75-76.

Oriflame. (2018). Produk Parfum. Katalog Oriflame. Hlm 55-62.

## V. Internet

Cantika. (2018). Perkembangan Tren Makeup. Diambil dari: <https://www.cantika.com/read/1086239/menyimak-perkembangan-tren-makeup-2018-sampai-pertengahan-tahun> (Diakses 8 Agustus 2019).

- Databoks. (2019). Jumlah Penduduk Indonesia. Diambil dari: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/01/04/jumlah-penduduk-indonesia-2019-mencapai-267-juta-jiwa> (Diakses 8 Agustus 2019).
- Fariza, E. (2018). Apa Itu Oriflame. Diambil dari : <https://esterrufariza.com/apa-itu-oriflame/> (Diakses 12 Agustus 2019).
- Ilmu Ekonomi. (2016). Pengertian Produk dan Tingkatan Produk. Diambil dari: <https://www.ilmu-ekonomi-id.com/2016/11/pengertian-produk-konsep-level-dan-tingkatan-produk.html> (Diakses 16 Agustus 2019).
- Kompas. (2018). Perkembangan Industri Kecantikan di Indonesia. Diambil dari: <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/08/20/140853326/industri-kecantikan-di-indonesia-tumbuh-pesat-hingga-16-persen> (Diakses 8 Agustus 2019).
- Marketeers. (2016). Analisa Konsumsi Kosmetik di Indonesia. Diambil dari: <http://marketeers.com/menganalisa-konsumsi-kosmetik-perempuan-milenial-indonesia/> (Diakses 12 Agustus 2019).
- Oriflame. (2019). Oriflame. Diambil dari : <https://id.oriflame.com> (Diakses 25 Juni 2019).
- Pendidikan Ekonomi. (2012). Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen. Diambil dari :<http://www.Pendidikanekonomi.com/2012/20/pengertian-keputusan-pembelian-konsumen.html> (Diakses 14 Agustus 2019).
- Pengertian Ahli. (2014). Pengertian Produk dan Jenis Produk. Diambil dari: <http://www.pengertianahli.com/2014/05/pengertian-produk-dan-jenis-produk.html?m> (Diakses 14 Agustus 2019).
- SWA. (2017). Perusahaan dan Tahun Berdiri Kosmetik di Indonesia. Diambil dari: <https://swa.co.id> (Diakses 12 Agustus 2019).
- Tahupedia. (2016). Merk Kosmetik Terkenal di Dunia. Diambil dari: <http://www.tahupedia.com/content/show/856/10-Merk-Kosmetik-Wanita-Terkenal-Di-Dunia> (Diakses 12 Agustus 2019).
- Top Brand. (2018). Top Brand Kosmetik 2016-2017. Diambil dari: <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/> (Diakses 14 Agustus 2019).
- Wikipedia. (2019). Oriflame. Diambil dari: <https://id.wikipedia.org/wiki/Oriflame> (Diakses 21 Juni 2019).
- Wolipop. (2018). Tren Kecantikan Milenial Indonesia. Diambil dari: <https://wolipop.detik.com/makeup-and-skincare/d-4200951/tren-kecantikan-milenial-indonesia-lebih-percaya-media-sosial-dan-label-organik> (Diakses 8 Agustus 2019).