

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W. dan J. H. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta : Andi.
- Agus Afandi. (2014). *Metodologi Penelitian Sosial Kritis* (Issue April).
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*.
- Akbarini, Y. F. (2017). Pengaruh Kelompok Referensi, Diferensiasi Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan (Studi Pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Cabang Ponorogo) Yoga. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5.
- Amrullah, et all. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Amrullah,. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 13(2).
- Ananda, et all. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Skincare. *Jurnal Riset Manajemen*.
<http://journal.unilak.ac.id/index.php/JIEB/article/view/3845%0Ahttp://dspac.e.uc.ac.id/handle/123456789/1288>
- Assauri, S. (2009). *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Asteria, D., Suyanti, E., Utari, D., & Wisnu, D. (2014). Model of Environmental Communication with Gender Perspective in Resolving Environmental

Conflict in Urban Area (Study on the Role of Women's Activist in Sustainable Environmental Conflict Management). *Procedia Environmental Sciences*, 20, 553–562. <https://doi.org/10.1016/j.proenv.2014.03.068>

Bakshi, S. (2012). Impact of gender on consumer purchase behavior. *Abhinav National Monthly Refereed Journal Of Reasearch In Commerce & Management*, 8(75), 147–154.

Buchari, A. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Chin, W., W. (1998). *The partial least squares approach for structural equation modeling*. In George A. Marcoulides (Ed.), *Modern Methods for Business Research*, Lawrence Erlbaum Associates.

Christianti, A., & Remiasa, M. (2018). Analisa Pengaruh Kelompok Referensi, Gaya Hidup Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Restoran Asian King Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 6(2), 485–494.

Crystallography, X. D. (2016). *Bab II Tinjauan Pustaka* (pp. 1–23).

D, Komang.,M, N. K. L. (2014). Analisis Komparasi Potensi Kebangkrutan. *E Jurnal Akuntansi*, 1, 48–63.

Danawira, A. (2019). *Pengaruh Differensiasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji Richeese Factory Rempoa*. 76–87. <https://doi.org/10.32502/jimn>

Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen*. PT Raja Grafindo Persada.

Evasari, A. D., & Yani, A. (2021). Analisis Variasi Produk, Kemasan Dan Media Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kripik “Nadasuka.” *Revitalisasi*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.32503/revitalisasi.v10i1.1471>

Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Hair, Joseph F., G. Tomas M. Hult., Christian M. Ringle., and M. S. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM). *2e Edition USA: Sage*.

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. unitomo press.

Ismail, Nurdin, dan, Sri, H. (2019). *Metodologi Penelitian sosial*. Surabaya : Media Sahabat Cendikia.

Issalillah, Fayola, dan R. K. K. (2015). Kontribusi Kelompok Stres dan Referensi. *Studi Ilmu Sosial Indonesia*.

J, C, Mowen., M, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. PT Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip,&, Amstrong, G. (2008). *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip,&Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. England : Pearson Education.

Kotler, Philip;Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Indeks.

Kotler, Philip., Keller, K, L. (2009). *Marketing Management*. PT Indeks.

- Kotler, P. all. (2009). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Indeks.
- L, Schiffman., L, K. (2008). *Perilaku Konsumen*. PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Laemonta, J. H., & Padmalia, M. (2017). Pengaruh Inovasi dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen Terang Bulan – Martabak 93. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 5(2), 73–80.
<https://doi.org/10.37715/jee.v5i2.410>
- M Khalil al-Haddad, P. J. (1991). Problem-based curriculum: outcome evaluation. *In Medical Teacher*, 13(4).
- Mulyawan, A;Sidharta, I. (2014). Determinan Kualitas Layanan Akademik di STMIK Mardira Indonesia Bandung. *Jurnal Computech & Bisnis*, 8.
- Musianto, L, S. (2002). Perbedaan Pendekatan Kuantitatif Dengan Pendekatan Kualitatif Dalam Metode Penelitian. *Jurnal Manajemen Dan Wirausaha*, 4.
- Nafsiyah, Fauzi, E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain Kemasan, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand Skincare Skintific (Studi Kasus Pada Konsumen di Kota Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi September 2023*.
- Nimatus, Solichah;Damajanti, Kusuma, D. (2019). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Fashion Pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi*, 1–8.
- Ninglasari. (2022). Determinan Intensi (Niat) Generasi Muslim Milenial dalam Berwakaf Uang Menggunakan Layanan Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 8(2).

- Nurrahman, I., & Utama, D. H. (2016). Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada pembeli smartphone Nokia series X di BEC Bandung). *Journal of Business Management Education (JBME)*, 1(1), 56–65. <https://doi.org/10.17509/jbme.v1i1.2278>
- Papalia, D.E., Old, S.W., & Feldman, R. . (2008). *Human Development (psikologi perkembangan)*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Permatasari, E. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Minimarket (Studi Kasus pada Pelanggan Minimarket Alfamart Tayu Wetan, Tayu, Pati, Jawa Tengah). *Jurnal Aplikasi Manajemen*.
- Petters, J. P. (1999). *Consumer Behavior*. Erlangga.
- Philip, Kotler, and, Gary, A. (2014). *Principles of Marketing, Fifteenth Edition*, Pearson Education. England.
- Philip, Kotler, and, Gary, A. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Indeks.
- Philip, Kotler, dan, Kevin, Lane, K. (2012). *Marketing Management*. Global Edition.
- Pradiatiningtyas, D. (2019). Analisa Pengaruh Hedonic Shopping Value, Shopping Lifestyle, Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Online Di Marketplace. *Journal Speed –Sentra Penelitian Engineering Dan Edukasi* , 11(2), 1–8.
- Putra, F. A. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian iPhone (Studi Pada Konsumen iPhone di Universitas

Brawijaya). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Rachman, Deny Aditya, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Rumah Makan Wajan Mas Kudus). *Journal Of Social And Political Science*.

Rambat, L. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.

Retno, B. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Pizza Hut Di Kora Kediri. *Journal Simki-Economic*.

Reza, Syed Asghar dan Valeecha, S. (2013). Influence of Social Reference Groups on Automobile Buying Decision- Research on Young Executives. *World Review of Business Research*.

Riadi, M. (2020). *Populasi dan Sampel Penelitian Pengertian Proses Teknik Pengambilan dan Rumus*.

Saladin, D. (2016). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Pelaksanaan, Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: CV. Linda Karya.

Sanny, L., Arina, A. N., Maulidya, R. T., & Pertiwi, R. P. (2020). Purchase intention on Indonesia male's skin care by social media marketing effect towards brand image and brand trust. *Management Science Letters*, 10, 2139–2146. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.3.023>

Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.

Sarah, S. F., & Artanti, Y. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(1), 37. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i1.6732>

Schiffman, Leon, G., Leslie, L. K. (2007). Consumer Behavior 9en. *Journal Internatonal Edition*.

Sekaran, U. and R. B. (n.d.). *Research Methods For Business : A Skill-Building Approach*.

Sugiharto, S. (2006). *Lisrel*. Graha Ilmu.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suharno, dan, S. (2010). *Marketing In Praktice*. Graha Ilmu.

Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen*. Bogor : GhaliaIndonesia.

Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia.

Swastha, Basu, I. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.

Tjiptono, Fandy, dan, Gregorius, C. (2016). *Service Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : Andi.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.

Ulfat, S., Muzaffar, A., & Shoaib, M. (2014). To Examine the Application and Practicality of Aakers' Brand Equity Model in Relation with Recurrent Purchases Decision for Imported Beauty Care products. *European Journal of*

Business and Management, 6(11), 120–134.

<http://www.iiste.org/Journals/index.php/EJBM/article/viewFile/12223/12576>

Umi, N. (2008). “*Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif, Teori Dan Aplikasi.*” Bandung: Agung Media 9.

Wedyastuti, A. T. (2012). *Abstraksi analisis pengaruh promosi, grup referensi dan keluarga terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk kecantikan pond’s.*

Zeithaml, et al. (1996). Measuring the quality of relationship in customer service: An empirical study, *European. Journal of Marketing.*

