

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwaluyo, E. (2016). #HalaldariAwal, Cara Wardah Kukuhkan Diri Sebagai Pionir Kosmetik Halal. *Marketeers*. <https://marketeers.com/halaldariawal-cara-wardah-kukuhkan-diri-sebagai-pionir-kosmetik-halal/>
- Alhedhaif, S., Lele, U., & Kaifi, B. A. (2016). Brand Loyalty and Factors Affecting Cosmetics Buying Behavior of Saudi Female Consumers. *Journal of Business Studies Quarterly*, 7(3), 24–38.
- Amofah, O., Gyamfi, I., & Tutu, C. O. (2016). The Influence of Service Marketing Mix on Customer Choice of Repeat Purchase of Restaurant in Kumasi, Ghana. *European Journal of Business and Management*, 8(11), 102–112.
- Anderson, D. R., Sweeney, D. J., William, T. A., Camm, J. D., & Cochran, J. J. (2014). *Statistics for Business and Economics 12e*. Mason: Cengage Learning.
- Andreani, F., Taniaji, T. L., & Puspitasari, R. N. M. (2012). The Impact of Brand Image, Customer Loyalty with Customer Satisfaction as A Mediator in Mcdonald's. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(1), 63–70.
- Apriliani, D. (2019). Dengan Formula Baru, Wardah Exclusive Matte Lip Cream Makin Terasa Ringan dan Nyaman di Bibir. *Hipwee*. <https://www.hipwee.com/feature/dengan-formula-baru-wardah-exclusive-matte-lip-cream-makin-terasa-ringan-dan-nyaman-di-bibir/>
- Cramer, D., & Howitt, D. (2006). *The Sage Dictionary of Statistics*. London: Sage Publication.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. London: Sage Publications.
- Dovaliene, A., & Virvilaite, R. (2008). Customer Value and Its Contribution to the Longevity of Relationship with Service Provider: the Case of Theatre Industry. *Economics of Engineering Decisions*, 56(1), 66–73.
- Ferdinand, A. (2002). *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen: Aplikasi Model-Model Rumit dalam Penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Doktor*. Semarang: LEKNAS - LIPI dan Yayasan Obor Indonesia.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hidayat, R., & Resticha, D. (2019). Analisis Pengaruh Variasi Produk dan Labelisasi Halal terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah (Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Kota Batam). *Journal of Business Administration*, 3(1), 40–52.
- Homburg, C., & Giering, A. (2001). Personal Characteristics as Moderators of the Relationship Between Customer Satisfaction and Loyalty — An Empirical Analysis. *Psychology & Marketing*, 18(1), 43–66.
- Hosmer, D. W., & Lemeshow, S. (2000). *Applied Logistic Regression*. New York: John Wiley & Son.
- Janie, D. N. A. (2012). *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS*. Semarang: Semarang University Press.
- Kementerian Perindustrian. (2018). *Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%*. Kemenperin. <https://kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20>
- Kementerian Perindustrian. (2019). *Industri Kosmetik dan Jamu Diracik Jadi Sektor Andalan Ekspor*. Kemenperin. <https://kemenperin.go.id/artikel/20810/Industri-Kosmetik-dan-Jamu-Diracik-Jadi-Sektor-Andalan-Ekspor>
- Khoiriyani, F. (2019). *The Trend of Beauty Collaboration Product – JAKPAT Survey Report*. Jakpat. <https://blog.jakpat.net/the-trend-of-beauty-collaboration-product-jakpat-survey-report/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson.
- Lemeshow, S., Jr, D. W. H., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1990). *Adequacy of Sample Size in Health Studies*. New York: John Wiley & Sons.
- Lin, L., & Chen, Y. (2009). A study on the influence of purchase intentions on repurchase decisions: the moderating effects of reference groups and perceived risks. *Journal of Tourism Review*, 64(3), 28–48. <https://doi.org/10.1108/16605370910988818>
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Prastiwi, S. A. (2013). Pengaruh Citra Merek dan Harga Pasta Gigi Close Up terhadap Keputusan Pembelian Ulang Mahasiswa Universitas Negeri Padang.

- Jurnal Manajemen UNP*, 2(2), 1–13.
- Preis, M. W. (2003). The Impact of Interpersonal Satisfaction on Repurchase Decisions. *The Journal of Supply Chain Management*, 39(3), 30–38.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2004). *Consumer Behaviour 8th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Sianturi, C. M. (2018). Suatu Kajian Empiris tentang Pengaruh Evaluasi Dimensi Kualitas Produk Tahan Lama Terhadap Perilaku Niat Membeli Kembali. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 2(4), 7–16.
- Simamora, B. (2003). *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Soleha, I., Arifin, R., & Rahmad, A. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Label Halal terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Kosmetik Zoya Malang. *E-Journal Riset Manajemen*, 6(2), 166–176.
- Stanton, W. J. (2008). *Principles Of Marketing*. New York: McGraw-Hill.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku konsumen: teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Bandung: Ghalia Indonesia.
- Swastha, B., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tanudjaja, Z. O., & Ismail, T. (2018). Pengaruh Brand Image, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Pembelian Ulang pada PO. Harapan Jaya di Tulungagung. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(1), 1–9.
- Tjiptono, F. (2005). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi.
- Top Brand Award. (2020). *Top Brand Index*. Top Brand Award. <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- Wardah. (2020). *Wardah Feel The Beauty*. Wardah Beauty. <https://www.wardahbeauty.com>
- Wardhana, B. G. (2016). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Sepatu Merek Asics (Studi pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(2), 1–13.

- Widyaningrum, P. W. (2016). Pengaruh Label Halal dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Wardah di Ponogoro). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 6(2), 83–98.
- Yunus, A. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, dan Lingkungan Fisik terhadap Pembelian Ulang pada Warung Kopi Harapan J2 di Kota Palu. *E-Jurnal Katalogis*, 2(7), 1–12.
- Yusuf, M., Nurhilalia, & Putra, A. H. P. K. (2019). The Impact of Product Quality, Price, and Distribution on Satisfaction and Loyalty. *Journal of Distribution Science*, 17(10), 17–26. <https://doi.org/10.15722/jds.17.10.201910.17>
- Zufadly, E. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Yakult di Kota Padang. *Jurnal Manajemen*, 1–12.