

## DAFTAR PUSTAKA

- Alee, T. (2013). *Perkembangan Industri Kosmetik*. Dipetik November 25, 2014, dari Kemenperin Web Site:  
<http://www.scribd.com/doc/194500489/Perkembangan-Industri-Kosmetik-Kemenperin>.
- Alimul, A. H. (2009). *Metode Penelitian Keperawatan dan Teknik Analisis Data*. Jakarta: Salemba Medika.
- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Ambadar, J., Miranty, A., & Isa, Y. (2010). *Rencana Usaha Jakarta*. Jakarta: Kaifa Yayasan Bina Karsa Mandiri.
- Anonym1. (2013). *Semarak Industri Kosmetik di Indonesia*. Dipetik Februari 12, 2014, dari Dua Putra Tekmindoo:  
<http://duaputratekmindo.com/news/details/04856013631/semarak-industri-kosmetik-di-indonesia>
- Anonym2. (2014). *Cruelty Free Company*. Dipetik Februari 15, 2015, dari PETA:  
<http://features.peta.org/cruelty-free-company-search/index.aspx>
- Anonym3. (2013). *The Body Shop Lanjutkan Kampanye Againts Animal Testing*. Dipetik Februari 12, 2015, dari SWA.co.id: <http://swa.co.id/business-strategy/the-body-shop-lanjutkan-kampanye-against-animal-testing>
- Anonym4. (2013). *Produk Halal Semakin Dicari*. Dipetik Februari 12, 2015, dari Partai Nasdem Web Site:  
<http://www.partainasdem.org/dunianasdem/page/306>
- Anonym5. (2013). *Maybelline Indonesia*. Dipetik Februari 12, 2015, dari Anneahira: <http://www.anneahira.com/maybelline-indonesia.htm>
- Anonym6. (2013). *Kampanye Produk Halal, Menag Gandeng RC UGM*. Dipetik Februari 13, 2015, dari Info Jambi Web Site:  
<http://infojambi.com/agama/7981-kampanye-produk-halal-menag-gandeng-riset-center-ugm.html>
- Anonym7. (2013). *Gerakan Sosialisasi Keamanan Pangan dan Penggunaan Kosmetik dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat*. Dipetik Februari 13, 2015, dari POM Web Site:

<http://www.pom.go.id/new/index.php/view/berita/4951/Gerakan-Sosialisasi-Keamanan-Pangan-dan-Penggunaan-Kosmetik-yang-Aman-Dalam-Rangka-Pemberdayaan-Masyarakat.html>

- Arafat, W. (2006). *Behind a Powerful Image : Menggenggam Strategi dan Kunci-kunci Sukses Mencapai Image Perusahaan yang Kokoh*. Yogyakarta: Ardi.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Asep, H. (2009). *Penelitian Bisnis*. Jakarta: PT Grasindo.
- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ayu, S. (2014). *Wardah Jadi Merek Top Indonesia*. Dipetik Februari 15, 2015, dari Marketing Web Site: <http://www.marketing.co.id/wardah-jadi-merek-top-indonesia/>
- Budiyono. (2009). *Statistika untuk Penelitian*. Surakarta: UNS.press.
- Chandrasekar, K. S. (2010). *Marketing Management*. New York: McGrawHill.
- Dewi, J. I. (2005). *Perspektif Baru dalam Strategi Branding, Bisnis dan Karir*. Jakarta: Amara Books.
- Evands, J., & Lindsay, W. (2008). *The Management and Control of Quality(7th Edition)*. Ohio: Thomson South-Western.
- Faisal, S. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Faris, N., & Enlik, K. (2005). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen dalam melakukan Pembelian pada Rumah Makan di Kota Batu. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*.
- Fristiana, D. A. (2012). PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RAMAI SWALAYAN PETERONGAN SEMARANG. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5.
- Fristiana, D. A. (2013). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5.

- Gaspers, V. (2005). *Production Planning and Inventory Control*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghanimata, F., & Mustafa. (2012). Analisis Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1-83.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariadi, D. (2013). Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Projector Microvision. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 1.
- Hartanto, F. M. (2009). *Paradigma Baru Manajemen Indonesia : Menciptakan Nilai dengan Bertumpu pada Kebijakan dan Potensi Insani*. Bandung: PT Mizan Pustaka.
- Hartanto, F. M. (2009). *Paradigma Baru Manajemen Indonesia : Menciptakan Nilai dengan Bertumpu pada Kebijakan dan Potensi Insani*. Bandung: PT Mizan Pustaka.
- Huda, N. (2012). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha di Makassar. *Skripsi Ekonomi dan Bisnis Unhas*, 1-123.
- Indriyani, M. (2013). *Kosmetik Halal Rusak Wajah Wanita*. Dipetik February 13, 2015, dari Viva Life: <http://life.viva.co.id/news/read/428793-kosmetik-mahal-rusak-wajah-wanita-ini>
- Jackie Ambadar, M. A. (2010). *Rencana Usaha*. Jakarta: Kaifa Yayasan Bina Karsa Mandiri.
- Kertajaya, H. (2005). *Elemen Marketing Hermawan Kertajaya on Branding*. Bandung: Mizan.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran; Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. (19 ed.). (H. Teguh, & R. A. Rusly, Penerj.) Jakarta : Prehalindo.
- Kotler, P., Keller, & Lane, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prehalindo.
- Kotler, P., Keller, & Lane, K. (2012). *Marketing Management*. New York: Prentice Hall.

- Lungan, R. (2006). *Aplikasi Statistika dan Hitung Peluang*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ma'Arif, N. N. (2008). *The Power of Marketing : Practitioner Perspectives in Asia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahmudah, R. (2013). *Jurus Wardah Garap Pasar Kosmetik*. Dipetik November 25, 2014, dari SWA Web Site: <http://swa.co.id/business-strategy/jurus-wardah-garap-pasar-kosmetik>
- Mardalis. (2009). *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mardani, T. (2008). Pengaruh Citra Produk Kosmetik La Tulipe terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa UMS). *Ekonomi dan Bisnis (Manajemen)*, 96.
- Marlissa, J. (2013). Kualitas Kepuasan Pelanggan dan Standarisasi Kualitas. *literatur Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana*, 1-50.
- Munfarida, R. S. (2007). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk avon di ratu malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 56.
- Munfarida, R. S. (2007). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk avon di ratu malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 56.
- Murjianti, D. (2012). Hubungan Harga dan Produk dengan Keputusan Pembelian Produk Fashion dalam Berbelanja secara online. *Jurnal Ekonomi FKIP-UKSW*, 1-73.
- Novandri, A. (2010). Implementasi Sistem Fuzzy Untuk Proses Pendukung Keputusan Menggunakan Metode Inferensi Minimum (Studi Kasus Pada Sistem Pendukung Keputusan Pembelian Sepeda Motor). *Ilmu Komputer, Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam*, 1-80.
- Nugraha, M. (2010). Analisis pengaruh kualitas produk, Harga, dan iklan terhadap keputusan Pembelian sepeda motor yamaha pada Harpindo jaya cabang ngalihan. *Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*.
- Nugroho, J. S. (2005). *Perilaku Konsumen. Cetakan Kedua*. Jakarta: Kencana.
- Palingumara, E. (2005). Analisis Hubungan Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetika PT. Avon Cabang Solo. *Jurnal Ekonomi Manajemen*.

- Perdana, R. K. (2010). Pengaruh Citra Merek, Perceived Quality dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Shampo Merek Lifebouy. *Jurnal Ekonomi Manajemen*.
- Peter, J. P., & Donnelly, J. H. (2011). *A Perface To Marketing Management*. New York: Mc Graw Hill.
- Pradipta. (2012). Pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen produk oli pelumas PT Pertamina Persero enduro 4T di Makassar. *Ekonomi Manajemen*.
- Prasetyo, & Abri, H. (2010). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Malang). *Ekonomi Manajemen*.
- Purbarani, V. H., & Santoso, S. B. (2013). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan dan Promosi terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada konsumen Larissa Aesthetic Center Semarang). *Diponegoro Jurnal of Management*, 8.
- Purwanto, A. (2008). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha Mio. *Ekonomi Manajemen*.
- Puspitasari, A. N. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Mendorong Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Pengguna Nokia Di Semarang). *Ekonomi Manajemen*.
- Putri, A. D. (2009). Pengaruh Brand Image Produk Perawatan Kulit dan Wajah Merek POND'S terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 1.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ricky W, G. &. (2006). *Bisnis, Edisi Kedelapan*. Jakarta: PT Erlangga.
- Ricky, G. W. (2006). *Bisnnis, Edisi Kedelapan*. Jakarta: PT Erlangga.
- Sagita, F. E. (2013). Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ulang produk KFC dicabang Basko Grand Mall oleh Mahasiswa. *Manajemen Universitas Negeri Padang*, 1-20.

- Saidani, R., & Aulia, M. (2013). Pengaruh Kualitas Produk Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas di Wilayah Jakarta Timur. *Riset Manajemen dan Sains Indonesia*, 214-215.
- Santoso, S. (2011). *Structural Equation Modeling (SEM) Konsep dan Aplikasi dengan AMOS 18*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Sekaran, U. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiawan, H., & Rohmawati. (2012). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi*, 276.
- Simamora, B. (2003). *Aura Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, B. (2003). *Aura Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, B. (2003). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiarto, d. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RD*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi. (2010). *Metedologi Peneltian Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sulistiyawati, P. (2010). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer di Kota Semarang. *Jurnal Manajemen*, 87.
- Sumarwan, U. (2010). Analisis Inovasi Produk, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen sebagai Penentu Pertumbuhan Perusahaan. *Manajemen*, 3.
- Sunyoto. (2014). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Center of Academic Publishing.
- Supangat, A. (2008). *Statistika Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi dan Parametrik*. Jakarta: Kencana Prenada.
- Suryabrata. (2006). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Swakarya, Y. S. (2005). Informaasi & Peluang Bisnis SWA Sembada. *Swa Sembada*, 64.
- Swakarya, Y. S. (2005). Informasi & Peluang Bisnis SWA Sembada, Volume 21, Issues 11 - 15. *SWA Sembada*, 64.
- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tribun, M. (2013). *Ingin Putih Justru Wajah Wanita ini jadi Rusak*. Dipetik February 13, 2015, dari Tribun News:  
<http://pontianak.tribunnews.com/2014/12/26/ingin-putih-justru-wajah-wanita-ini-jadi-rusak>
- Trista, N. L., EP, A., & Saryadi. (2012). Pengaruh Citra Merek dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza di Kota Semarang. *Ekonomi Manajemen*, 89.
- Umar, H. (2005). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Utami, K. W. (2013, april 25). *Dewi Sandra, Duta Kosmetik Muslimah*. Dipetik November 25, 2014, dari Kompas Web Site:  
<http://female.kompas.com/read/2013/04/25/1313261/Dewi.Sandra..Duta.Kosmetik.Muslimah>.
- Varisi, S. (2012). Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Honda Tiger. *Jurnal Manajemen UPI*, 67.
- Widjaja, B. T. (2009). *Lifestyle Marketing. Servlist : Paradigma Baru Pemasaran Bisnis Jas dan Lifestyle*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Widjaja, B. T. (2009). *Lifestyle Marketing. SERVLIST : Paradigma Baru Pemasaran Bisnis Jasa dan Lifestyle*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Widjanarko, S. D. (2004). *Power Branding ( Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: PT Mizan Publika.
- Wijanarko, S. d. (2004). *POWER BRANDING ( Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*). Jakarta: PT Mizan Publika.
- Yulindo, K. P. (2013). Pengaruh atribut-atribut produk terhadap keputusan pembelian Green Product Cosmetics Sariayu Martha Tilaar di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi UNP*, 11.

Yuristiary, Y. (2014, Juli 13). *Sertifikat Halal Wardah adalah Jaminan Kualitas Produk*. Dipetik Oktober 24, 2014, dari Kompasiana Web Site:

<http://kesehatan.kompasiana.com/alternatif/2014/07/13/sertifikat-halal-wardah-adalah-jaminan-kualitas-produk-664045.html>.

Zaini, A. B. (2013). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pengguna Produk Pepsodent Di Wilayah Jakarta Timur). *Ekonomi dan Bisnis*, 1-162.