

BIBLIOGRAPHY

- Adhim, Chadim. (2020). Analisis Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Pada Butik Yulia Grace. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4(1), 239-247.
- Amimi, Aisyah. & Suyanto, A. M. A. (2019). Analisis Perilaku Konsumen Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kosmetik Lokal Di Indonesia: Consumer Behaviour Analysis On Local Cosmetics Buying Decision In Indonesia. *eProceedings of Management*, 6(1).
- Anjana, S. S. (2018). A study on factors influencing cosmetic buying behavior of consumers. *International Journal of Pure and Applied Mathematics*, 118(9), 453-459.
- Astria, R., Junaida, E., & Bulan, T. P. L. (2021). Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Emina Di Kota Langsa. *JIM: Manajerial Terapan*, 1(1), 53-63.
- Bharathi, Divya. (2018). Female Consumer: Importance Of Cosmetics And Beautification In Their Buying , *journal international Volume 5, Issue 8*.
- Bungin, Burhan. (2011). "Penelitian Kualitatif". PT. Kencana Perdana Media: Jakarta.
- Charles Lamb, W.et.al. 2001. Pemasaran. Edisi Pertama, Salemba Empat: Jakarta
- Darmawan, Deni. (2013). "Metode Penelitian Kuantitatif". PT Remaja England : Bandung.
- Darodjat, Tubagus Achmad. (2015). Konsep-Konsep Dasar Manajemen Personalialia Masa Kini. Bandung. Refika Aditama
- Dinan, F., Azhad, M. N., & Fatimah, F. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Oriflame Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 2(1).
- Ella, Hailil Afida. (2018). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Citra Hand and Body Lotion Pada Mahasiswa Di Kota Jember. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis*.
- Endang, Mulyatiningsih. 2012. " Metodologi Penelitian Terapan". Alfabeta: Yogyakarta.

- Ernawan, Erni R. (2011). *Organization Culture : Budaya Organisasi dalam Ekonomi dan Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Faisal-E-Alam, M. (2020). The Influence of Quality on Consumers' Purchase Intention between Local and Multinational Cosmetic Firm. *Journal of International Business and Management*, 3(1), 01-11.
- Friantoro, D. (2016). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Dan Pribadi Terhadap Keputusan Anggota Dalam Mengambil Kredit Pada Kp-Ri Bina Mandiri Kabupaten Pandeglang. *Skripsi: UNY, Yogyakarta*.
- Ghoni, Abdul. (2012). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah Di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang). *Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis*, 1(1), 103179.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, Sri. (2021). A Model Konseptual E-Commerce Toko Bangunan Menggunakan Pendekatan Enterprise Architecture Score Card (Ea Score Card). *Jurnal Media Infotama*, 17(2).
- Jariah, Ainun. (2018). Analisis Faktor-faktor pribadi yang mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor yamaha di Lumajang. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi WIGA*, 2(2).
- Khusnaeni, Nuri. L. (2016). Pengaruh Iklan Terhadap Sikap Konsumen Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya Malang Pengguna KartuSelulerTelkomsel 4G LTE yang Pernah Melihat Iklan Telkomsel 4G LTE Versi "Nixia Gamer" (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Kholifah, F. N., & Rulirianto, R. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Merk Wardah (Studi Pada Mahasiswi Program Studi D-Iv Manajemen Pemasaran Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang). *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(1), 147-152.
- Kotler, Philip. (2012). *Marketing Management 14th Edition*. London: Pearson Education
- Kotler, Phillip. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 jilid 1. & 2*. Jakarta: PT. Indeks.

- Kotler, P dan Amstrong. (2018). Prinsip-prinsip Marketing Edisi ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler dan Keller. (2019). Manajemen Pemasaran. Edisi Jilid 13. Jakarta: Erlangga
- Kuncoro. (2013). "Pengantar Statistik Ekonomi dan Bisnis". Alfabeta: Yogyakarta.
- Kumbara, Vicky. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604-630.
- Lemeshow. (1997). Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan. Yogyakarta : UGM
- Maria, P. (2020). Pengaruh Atribut Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah:(Survey Pada Karyawan PT. Barclay Products Jakarta). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial (Embiss)*, 1(1), 40-47.
- Malau, Harman. (2017). Manajemen Pemasaran. Bandung : Alfabeta
- Martono, Nanang. (2015). "Metode Penelitian Kuantitatif". PT. Rajagrafindo Persada: Jakarta.
- Meena. (2018). Consumer Brand Preference And Buying Behaviour Of Cosmetic Products At Coimbatore City. *Journal International Volume 5, Issue 9*.
- Moeleong, Lexy. (2016). "Metodologi Penelitian Kuantitatif". PT. Remaja Rosdakarya Offset: Bandung.
- Notoatmodjo, S. 2018, Metodologi Penelitian Kesehatan, Jakarta: Rineka Cipta
- Nugraheni, Ria D. (2018). Pengaruh Kelas Sosial Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah Di Perum Perumnas Cabang Mojokerto Lokasi Madiun). *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 6(1), 80-85.
- Oberoi, Paul. (2018). Consumer Behaviour Towards Cosmetic Products: A Case Of Delhi Ncr", *journal international Volume 5, Issue 11*.
- Putri, Nindya. D. (2019). Fakto-faktor Keputusan Konsumen Dalam Membeli Kosmetika Perawatan Wajah. *Jurnal Tata Rias*, 9(2), 22-31.
- Salmah, N. N. A. (2019). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetika Sari Ayu Pada Toko La Tahzan Palembang. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 12(1).

Sangadji, E.M., & Sopiha. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Santoso, Daniel. T. T. (2018). Pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian konsumen dalam memilih produk operator seluler Indosat-M3 di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang. *Among Makarti*, 6(2).

Soegiarto, K. (2018). Perilaku Konsumen dalam Berbelanja Pakaian Wanita di Pasar Pagi Samarinda. *Ekonomia*, 5(3), 298-312.

Somantri, B., & Larasati, G. C. (2020). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Consumer Behavior Dan Dampaknya Pada Purchasing Decision Produk Kosmetik Korea Mahasiswi Kota Sukabumi. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(8), 497-506.

Sugiarto, Agus. (2018). *Manajemen Kearsipan Modern dan distribusinya*. Yogyakarta: Gava Media.

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

Sumarwan, Ujang. 2014. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam pemasaran*, Ghalia Indonesia: Bogor.

Suryani, Tatik. 2012. "Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran", Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sutrisno. (2012). *Manajemen Keuangan Teori, Konsep Dan Aplikasi*. Yogyakarta: Ekonisia.

Tahir. 2011. *Pengantar Metodologi Penelitian Pendidikan*. Makassar : Universitas Muhammadiyah Makassar.

Tjiptono, Fandy. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.

Wibowo, Agung. E. (2017). Analisis Perilaku Konsumen dalam Memilih Produk Kosmetik yang Ramah Lingkungan. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*.

_____. (2021). *Buku Pedoman Penulisan Skripsi* . Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMK, Kudus.

www.beautynesia.id

www.paragon-innovation.lipstikwardah.com.

www.kumparan.com.2021

www.pddikti.kemdikbud.go.id
www.topbrand.com.2021

