

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. 2019. *Manajemen Pemasaran*. PT. Rajawali Pers. Jakarta.
- Alma, B. 2019. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV. Alfabeta, Bandung.
- Andrian, W., & Fadillah, A. 2021. Pengaruh Citra Merek, Pengalaman Merek, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Airasia. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, No. 2, Vol. (1) : 53-60.
- Assauri, S. 2018. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep Dan Strategi*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Buku Pedoman Penulisan Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus Tahun 2021.
- Daryanto. 2019. *Strategi Pemasaran*. Bagian Penerbitan Gava Media, Yogyakarta.
- Deliyanti. 2020. *Manajemen Pemasaran Modern*. Bagian Penerbitan Laksbang Pressindo, Yogyakarta.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IMB SPSS 24. Hal 95-115*. Bagian Penerbitan Universitas Diponegoro, Semarang.
- Handayani, L. S., & Hidayat, R. 2022. Pengaruh Kualitas Produk , Harga , dan Digital Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk MS Glow Beauty. *Jurnal Ikraith-Ekonomika*, No. 5, Vol. (2) : 135-145.
- Hair, J, R, et al. 2018. *Multivariate Data Analysis*. Upper Saddle River, New Jersey Amerika Serikat.
- Hendri, M. 2019. *Manajemen Pemasaran*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Imran, M, I. 2018. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, No. 2, Vol. (1) : 50-64.
- Irawan, H. 2020. *Prinsip-Prinsip Kepuasan Pelanggan*. PT. Elex Media Computindo, Jakarta.
- Klinik Kecantikan Armina Skincare Demak Tahun 2023.
- Kotler & Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1*. PT. Erlangga, Jakarta.
- Minor, M. 2019. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan*. Bagian Penerbitan Gramedia, Jakarta.

- Muhammad, E, M, et al. 2020. Impact of Brand Image, Service Quality and Price On Customer Satisfaction In Pakistan Telecommunication sector. *International Journal of Business and Social Science*, No. 3, Vol. (23) : 123-129.
- Na, H, N & Kwan, S. 2019. Understanding Repurchase Intention in Online Fashion Shoppingmall. *Indian Journal of Science and Technology*, No. 8, Vol. (5) : 251–262.
- Pham, Q, et al. 2018. Relationship Between Convenience, Perceived Value, And Repurchase Intention In Online Shopping In Vietnam. 45-54. *Sustainability (Switzerland)*, No. 10, Vol. (1) : 55-65.
- Rangkuti, F. 2018. *Measuring Costumer Satisfaction*. PT. Elex Media Computindo, Jakarta.
- Ratih, H. 2019. *Bauran Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. CV. Alfabeta, Bandung.
- Razak, M, A, & Nayan, S, N. 2020. The Price Of Customer Satisfaction. *Journal of Undergraduate Social Science and Technology*, No. 2, Vol. (2) : 77–81.
- Sari, N. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Skincare MS Glow di Store Rofa Losari Brebes. 53-57. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, No. 6, Vol. (2) : 4776-4788.
- Sayidah, A. N. 2022. Pengaruh Brand Image, Product Variety, Perceived Service Quality, Vanity Seeking, Dan Customer Value Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Pada Produk Skincare (Studi pada JM Beauty Mojokerto). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, No. 7, Vol. 2 : 3094-3106.
- Schiffman & Kanuk. 2018. *Perilaku Konsumen*. Bagian Penerbitan Indeks, Jakarta.
- Seo, K, H & Lee, J, H. 2021. Understanding Risk Perception Toward Food Safety In Street Food: The Relationships Among Service Quality, Values, And Repurchase Intention. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, No. 18, Vol. (13) : 65-79.
- Sumarwan, U. 2020. *Streategi Pemasaran*. PT. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Staton, W. J. 2020. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 3*. PT. Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. CV. Alfabeta, Bandung.

Swasta & Handoko. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Tjiptono, F. 2019. *Strategi Pemasaran Edisi Empat*. Bagian Penerbitan Andi, Yogyakarta.

