

DAFTAR PUSTAKA

- Adinata, Kenny J. dan Ni Nyoman K. Y. 2018. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, dan Sikap Terhadap Niat Beli Kembali di Situs Lazada. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 7, No. 8. Diambil dari: <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i08.p5>. (Diakses 13 Maret 2019)
- Alamsyah, Ramli A. 2018. Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Ulang Di Toko Online. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Vol. 6, No. 2. Diambil dari: <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/jmb/article/view/5542>. (Diakses 13 Maret 2019)
- Bachdar, Saviq. 2018. *Mengenal Paragon, Produsen Di Balik Kemahsyuran Wardah*. <http://marketeers.com/mengenal-paragon-produsen-di-balik-kemahsyuran-wardah/>. (Diakses 9 Maret 2019)
- Hajat, Nurahma, *et.al.* 2012. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. http://fe.unj.ac.id/wp-content/uploads/2015/05/PEDOMAN-PENULISAN-KARYA-ILMIAH_0.pdf. (Diakses 12 Oktober 2018)
- Handayani, Maulida Sri. 2016. *Ihwal Halal Dalam Kosmetik Halal*. <https://tirto.id/ihwal-halal-dalam-kosmetik-halal-brvE>. (Diakses 9 Maret 2019)
- Hermin, Vivi. 2016. *5 Produk Makeup Untuk Mendapatkan Tampilan Ala Korea*. <https://journal.sociolla.com/beauty/5-produk-makeup-untuk-mendapatkan-tampilan-ala-korea/>. (Diakses 9 Maret 2019)
- Ghassani, M. T dan Sri Suryoko. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Bandeng Juwana Vaccum Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Social and Political*. Vol 6, No. 4, hal. 1-8. Diambil dari: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>. (Diakses 12 Maret 2019)
- Kementerian Perindustrian. 2018. *Kinerja Industri Kosmetik Nasional Lampauai Pertumbuhan Ekonomi*. www.kemenperin.go.id/artikel/19435/Kinerja-Industri-Kosmetik-Nasional-Lampauai-Pertumbuhan-Ekonomi. (Diakses 9 Maret 2019)
- Kotler, Phillip & Keller, Kevin L. 2016. *Marketing Management 15th Edition*. England: Pearson Education.
- Nurfitriana, Silvia dan Iriani F. 2018. Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Pengaruhnya Pada Minat Beli Ulang Produk Kecantikan Wardah. *Jurnal Nasional Terindeks SEBATIK*, 22 No.2, hal. 56-63. Diambil dari:

<http://jurnal.wicida.ac.id/index.php/sebatik/article/view/308>. (Diakses 12 Maret 2019)

Pratita *et al.* 2018. Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Pelanggan di Kober Bar Malang. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, dan Pengembangan*. Vol. 3, (4), hal 497-593.

Priyanti, Yuli, *et al.* 2107. Minat Beli Konsumen Toko Sepatu Bata Di Pasar Raya Padang Dilihat Dari Sikap Dan Iklan. *Jurnal Pundi*, Vol. 01 No. 02. Diambil dari: <http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1049425&val=15724&title=MINAT%20BELI%20KONSUMEN%20TOKO%20SEPATU%20BATA%20DIPASAR%20RAYA%20PADANG%20DILIHAT%20DARI%20SIKAP%20DAN%20IKLAN>. (Diakses 26 April 2019)

Purwana, Dedi. 2018. *Tata Cara Pengutipan Dalam Tugas Akhir Mahasiswa*. Nomor: 1034/UN39.5.FE/LL/2018. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta Fakultas Ekonomi.

Puspita, Rahmilla Chairani dan Sri Suryoko. 2017. "Pengaruh Iklan, Harga Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon", *Diponegoro Journal of Social and Political*. Vol 6, No. 3, hal. 1-8. Diambil dari: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>. (Diakses 9 Maret 2019)

Saparso. 2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan, Kepuasan dan Relationship Commitment Pelanggan Pada Industri Jasa. *Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi*, Vol. 14 No 2. Diambil dari: https://www.researchgate.net/publication/321055270_FAKTOR_FAKTOR_YANG_MEMPENGARUHI_KEPERCAYAAN_KEPUASAN_DAN_RELATIONSHIP_COMMITMENT_PELANGGAN_PADA_INDUSTRI_JASA. (Diakses 14 Agustus 2019)

Satanta, Monica V. C. S. *Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma, 2018.

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

Suryani dan Hendriyadi. 2016. *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam Edisi Pertama*. Jakarta: Prenada.

Wingsati, E. T. dan Dorajatun Prihandono. 2017. Pengaruh Penanganan Kegagalan Layanan, Kepercayaan, dan Gaya Hidup Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen. *Management Analysis Journal*. Vol 6 (2). Diambil dari: <http://maj.unnes.ac.id>. (Diakses 12 Maret 2019)

Yolandari, Ni Luh D. dan Ni Made W. K. 2018. Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online Melalui Kepuasan Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*. Vol 7, No. 10. Diambil dari: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/39791>. (Diakses 13 Maret 2019)