

DAFTAR PUSTAKA

- Ainul, H., & Apriliani, R. A. E. . (2019). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan. *Journal of Economic, Business and Engineering*, 1(1), 24–31.
- Denniswara, E. P. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Intensi Membeli Ulang Produk My ideas. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(4), 480–488.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Jr *et.al.* (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed). United States: Pearson
- Haryani, I, & Dewanto, J. (2015). Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi. *Jurnal Psikologi UIN Sultan Syarif Kasim Riau*, 11(1), 5–11.
- Hasan, A. (2018). *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Hurriyati, R. (2019). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Edisi 2. Bandung: Alfabeta.
- <http://tugaskosmetikwardahvita.blogspot.com/2016/05/wardah-kosmetik-sejarah-kosmetik-wardah.html>, diakses 10 April 2021.

- Kotler, P. & Keller. (2009). *Marketing Management*. 13th Edition. New York: Pearson Education.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing*. 17th Edition. New York: Pearson.
- Nurfitriana, S, & Iriani, F. (2018). Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Pengaruhnya pada Minat Beli Ulang Produk Kecantikan Wardah. *Sebatik*, 22 (2), 56–63.
- Palma, M. A., & Andjarwati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan, dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Pelanggan Produk *Fashion* Melalui Toko *online* di Surabaya). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16(1), 84. <https://doi.org/10.17970/jrem.16.60106.id>
- Phil, J. C., & Sitinjak, T. J. R. (2017). Pengaruh Promosi Penjualan dan Citra Merek Terhadap Niat Membeli Kembali pada pengguna OVO Jakarta. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53 (9), 1689–1699.
- Priyatno, D. (2016). *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya dengan SPSS Praktis dan Mudah Dipahami Untuk Tingkat Pemula Menengah*. Jakarta: Gava Media.
- Sangadji, E. M., & Sopiha. (2013). *Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Savitri, I. A. P. D., & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5748. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i10.p19>

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Edisi kedua.
Bandung: Alfabeta.

Sumarwan, U. (2015). *Pemasaran Strategik: Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia.

Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Edisi 1. Jakarta: CAPS.

Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Wiyono, Gendro. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0*. Edisi Pertama. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

[www.perusahaan paragon. blogspot.com/p/profil.com](http://www.perusahaanparagon.blogspot.com/p/profil.com), diakses 15 April 2021

www.paragon-innovation.com. diakses 14 April 2021

www.wardahbeauty.com diakses 15 April 2021

www.tribunnewswiki.com, diakses 14 April 2021