

DAFTAR PUSTAKA

- Arini Adnin. (2013). Pengaruh Brand Image Terhadap Purchase Intention: Survei Pada Konsumen Anata Salon Cabang Pasirkaliki Bandung. *Skripsi pada SPs UPI*. Tidak dipublikasikan.
- Alma Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alviska Amalia Reva. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Konsumen Klinik Erha di Malang). *Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 7*, hal. 79-88.
- Bitner Zeithaml dan Bitner Mary Jo. (2013). *Service Marketing: Integreting Customer Focus Across the Firm*. Boston: Gremler.
- Devi Resti dan Harry Soesanto. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Rumah Kecantikan Sifra Di Pati. *Diponegoro Journal of Management, Vol. 5*, hal. 1-12.
- Ferdinand Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Utami Hesti Nurul dan Firdaus Fauzi Akbar. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping : Perseptif Pemasaran Agribisnis. *Ecodemica, Vol. 2*, hal. 136-146.
- Hasan Ali. (2013). *Marketing dan Kasus - Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Hermawan Haris. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember. *Bisma Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 9*, hal. 84-93.
- Kotler Philip dan Armstrong Gary. (2018). *Principles Of Marketing*. Boston: Pearson Prentice Hall, Inc.

- Kotler Philip dan Keller Kevin Lane. (2016). *Marketing Management*. Boston: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Hermawan Haris. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember. *Bisma Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 9, hal. 84-93.
- Lau Geok Theng dan Lee Sook Han. (1999). Consumers Trust in a Brand and the link to brand loyalty. *Journal of Market Focussed Management*. Vol.4, hal. 341-370.
- Nasution Muhammad Nur. (2010). *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nitisusastro Mulyadi. (2012). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Nursukmawati Ria. (2013). Pengaruh Word Of Mouth Comunnication Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Erha Klinik Cimanuk Bandung Pengguna Media Sosial Foursquare. *Skripsi pada SPs UPI*. Tidak dipublikasikan.
- Prasaranhanich. (2007). *Perilaku Konsumen Analisis Model Keputusan*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta
- Puspitareni Ria Dwi (2017). Pengaruh Harga, Pelayanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Anny Salon & Spa). *Skripsi pada Universitas Muhammadiyah Ponorogo*. Tidak dipublikasikan.
- Rosdiana Anisa. (2014). Analisis Kinerja Kinerja Harga Pengaruhnya Terhadap Reputasi dan Keputusan menggunakan Jasa Penerbangan (Survei Terhadap Penumpang Air Asia dengan rute Bandung - Denpasar). *Jurnal Ilmu Manajemen Bisnis*. Vol 5, hal 1-12.
- Rosica Sanda Amida Dike (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk

Kecantikan (Studi pada Pelanggan London Beauty Center (LBC) Di Kota Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, Vol.5 hal. 238-245.

Sangadji Etta Mamang. (2013). *Perilaku Konsumen - Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta : Andi.

Santoso Suryono Budi dan Purbarani Vidya Hanesty. (2013). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Diferensiasi Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Semarang). *Diponegoro Journal of Management*. Vol.2, hal.1-9

Sedermayanti. (2014). *Sumber daya manusia dan Produktivitas kerja*. Jakarta: Mandar Maju.

Lukiyana dan Silitonga Abdul. (2017). Pengaruh Persepsi Harga dan Persepsi Merek Terhadap Keinginan Pembelian Ulang Produk Dengan Persepsi Nilai Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Oriflame di Jakarta. *Jurnal Online Internasional dan Nasional*. Vol.20, hal.74-90.

Simamora Henry. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.

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

Tjiptono Fandy. (2019). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Utami Christina Whidya. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta : Selemba Empat.

Fauziyawati Rahmi dan Utami Lila Dini. (2016). Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan Dan Keputusan Pembelian Hijab. *Cakrawala*, Vol.16, hal. 1-7

Wahyuni Melinda Desy (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Merek, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Natasha Skin Clinic Center Gresik). *Jurnal Manajerial*, Vol 5, hal. 30-40.

Wulandari Intan. (2017). Pengaruh Harga, Iklan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Perawatan Kecantikan Home Beauty and SPA Kota Padang, STKIP PGRI Sumatera Barat. *Skripsi pada STKIP PGRI Sumatera Barat* Tidak dipublikasikan.