

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Afrina Yasmin, Sadia Tasneem, dan Kaniz Fatema, *International Journal Of Management Science and Business Administration*, No. 1 April 2015.
- Amirullah. (2015). *Pengantar Manajemen* (1st ed.). Mitra Wacana Media.
- Ariefah, Sundari. (2021). *Manajemen Ritel Teori Dan Strategi Dalam Bisnis Ritel*. Lamongan. Academia Publication
- Badan Pusat Statistik (2021). *Laju Pertumbuhan Penduduk Jawa Barat Tahun 2020*. Bandung.
- Basyar, K., & Sanaji, S. (2016). Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap niat beli ulang secara *online* dengan kepuasan sebagai variabel intervening. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 8(2), 204-217.
- Berman dan Evans. (2015). *Retail Management*. 12th Edition. Jakarta; Pearson.
- Chaffey, Dave, Chadwick, Fiona Ellis (2016) *Digital Marketing Strategy, Implementation, and Practice*.
- Christina Widhya Utami. (2017). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Darmanto, & Wardaya, S. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Devi Marta Dwi (2021) *The Influence of product quality, price discounts, an online purchase decisions of maharani prima skincare in blitar*. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 8-19.
- Ekasari, R., & Mandasari, E. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang *Skincare Pixy*. *Iqtishad EQUITY*, 4(1), 1-10.
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi. Yogyakarta: Deepublish.
- Fandy Tjiptono. (2016). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi. Yogyakarta: Deepublish.
- Fandy, Tjiptono. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Deepublish.

- Francy, Iriani. (2018) *Influence of product quality, price and brand image on the purchase decision of skincare Sari Ayu.*, 22(2), 56-63.
- Handayani, & Fathoni. (2017). Buku Ajar Manajemen Pemasaran islam. Yogyakarta: Deepublish.
- Handayani, L. S., & Hidayat, R. (2022). Pengaruh kualitas Produk, Harga, dan *Digital Marketing* Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk MS Glow Beauty. *IKRA-ITH EKONOMIKA*, 5(2), 135-145.
- Harman Malau. (2017). Manajemen Pemasaran (Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global). Bandung: CV. Alfabeta.
- Hasibuan Melayu. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Edisi Revi). Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Intyas, C. A., & Abidin, Z. (2019). Manajemen Agribisnis Perikanan. Malang : Universitas Brawijaya Press.
- Juniwati, J. (2015). Pengaruh *Perceived Ease of Use, Enjoyment dan Trust Terhadap Repurchase Intention* dengan Customer Satisfaction Sebagai Intervening pada Belanja *Online* (Studi Pada Mahasiswa Universitas Tanjungpura Pontianak). *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan (JEBIK)*, 4(1), 140-156.
- KataData. (2020, 1 19). YLKI: Persentase Kegiatan Produk Terlaris Belanja *Online* 2020 Soal Toko *Online*. Retrieved from <https://katadata.co.id:https://katadata.co.id/berita/2020/01/19/ylki-keluhan-terbanyak> konsumen selama-2020-soal-toko-online.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018a). *Principles of Marketing* (17th Ed). Global Edition Pearson Education.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018b). *Principles of Marketing* (Edition 15). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Marketing Management* (15th Edition). Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller. (2016a). *Manajemen Pemasaran* (T. B. Sabran (ed.); Edisi 14 J).141 Erlangga.
- Levy dan Weitz. 2015. *Retailing Management*. Mc. Graw Hill. Boston.
- Lovelock Christopher., Jochen Wirtz, Jacky Mussry., (2017). Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Jilid 1 -7. Erlangga.

- Lupiyoadi. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*, Salemba Empat, Jakarta: Erlangga.
- Malayu S. P. Hasibuan. (2016). *Manajemen Dasar, Pengertian, Dan Masalah*, Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mohammed, Rafi. (2016). *Internet Marketing Building Advantage In A Networked Economy, Second Edition*. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Nurdiansyah, Haris dan Robbi Saepul Rahman. (2019). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Diandra Kreatif .
- Pingkan, Theodora. (2015). *The effect of price on the repurchase interest of Mineral Botanica Cosmetics*. Manado: Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 1(4).
- Resti, D., & Soesanto, H. (2016) Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang pada Toko Kecantikan Sifra. Diponegoro *Journal of Management*, 28-39.
- Rose Rohaida (2021). *The influence of digital marketing and price on the interest in repurchasing implora beauty product* . (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Sanjaya, Ridwan dan Josua Tarigan. (2016). *Creative Digital Marketing*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Schiffman, L. G & Wisenblit, J. L. (2015). *Customer Behavior. 11e Global Edition*, Pearson Education Limited, England.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Implementasi*. CV Andi Offset.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Widayani. (2021). *Pengaruh Harga, Digital Marekting Terhadap Minat B Menggunakan Kosmetik dan Skincare Erha (Survey Pada Pelanggan Erna Skincare Cabang Istana Plaza Bandung)*.