

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahannya. (2020). Jakarta: Departemen Agama RI.
- Afwan, Mukhammad Teguh dan Suryono Budi Santosa. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Presepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening*. Diponogoro Journal of Management. Vol.8 No. 1.
- Aisyah, Sonia Nadia. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mascara Maybelline Pada Mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Medan.
- Amilia, Suri dan M. Oloan Asmara Nst. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*. Jurnal Manjamen dan Keuangan. Vol. 6 No. 1.
- Amrullah, Pamasang S. Siburian, dan Saida Zainurossalamia ZA. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen. Vol. 13 No. 2.
- Anang, Firmansyah. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Cv. Penerbit Qiara Media.
- Buchari, Alma. (2003). *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islami*. Bandung: Alfabeta.
- Bustami, Mohammad Reevany, Moh Mudzakkir, dan Elisha Nasarudidin. (2021). *CSR Islam: Tujuh Prinsip-Prinsip Transformasi Organisasi Untuk Kemajuan Bisnis dan Masyarakat*. Malahng: Muhammadiyah Malang.
- Fahira, Sarah, Tuti Hartanti dan Hafniza Amir. (2019). *Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Maskara Maybelline (Studi Kasus Pada Mahasiswi Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta)*. Eprigram. Vol. 12 No. 2.
- Fitria, Eva. (2018). *Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus J-Co Suzuya Mall Rantauprapat)*. Jurnal Ecobisma. Vol. 5 No. 1.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- \_\_\_\_\_. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 23 Edisi.8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponorogo.

- Hastono. (2019). *Pengaruh Citra Merek Kosmetik Maybelline Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Carrefour Cabang Tangerang City*. Jurnal Ekonomi Efektif. Vol. 1 No. 2.
- Hermawan, Kartajaya. (2004). *Hermawan Kartajaya on Brand*. Bandung: Mizan.
- Hidayat, Riau Rahmat. (2018). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. UIN Medan.
- Inayah, Fitri. 2017. *Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Lampung.
- Jannah, Nita Nur. (2018). *Pengaruh Country of Origin dan Brand Image Serta Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Maskara Kosmetik Maybelline New York di Kota Jember*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember
- Kencana, Nilam Putri. (2018). *The Effect of Product Quality on Purchasing Decisions of Honda Motorized Vehicles with Matic Scooter Types*. Pinis Discretion Review. Vol. 1 Issue. 2.
- Kho, Budi. (2018). *Pengertian dan contoh Analisis SWOT*. Juni 18.
- Kotler, Philip. (2000). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Prinsip-prinsip Pemasaran (13th ed)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Keller. (2012). *Marketing Management*. 14 th. Person Education.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2014). *Principles of Marketing 12 th Edition Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Hamdani. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Mayangsari, Putri Dian. (2016). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Serta Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. Skripsi. Universitas Jember.
- Mentari, Kiky. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU)*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.

- Nababan, Jelita Safitri dan Harry Soesanto. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Fladeo Ladies di Jakarta)*. Diponogoro journal of management. Vol. 8 No. 4.
- Nasution, Dito Adita Darma dan Mika Debora Br. Barus. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Laporan Keuangan Pada Pemerintah Kota Tanjung Balai Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Moderating*. Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Nisa, Khairun. (2020). *Pengaruh Label Halal, Celebrity Endorser, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Konsumen Wardah Cosmetics di Kota Salatiga)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Nurjanah, Dauly. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Medan.
- Ong, I. A. (2013). *Analisa Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Cincao Station Grand City Surabaya*. Jurnal Strategi Pemasaran. Vol. 1 No. 2.
- Oktavenia, Kadek Ayuk Riska dan I Gusti Agung Ketut Sri Ardani. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi*. E-Jurnal Manajemen Unud. Vol. 8 No.3.
- Pratidina, Nissa Gin Ajeng dan Harry Soesanto. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tissue Tesa Melalui Citra Merek (Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro)*. Diponogoro Journal of Management. Vol. 7 No. 3.
- Rifyal, Dahlawy C., Juli Dwina P S., Zikriatul U., dan Abdul H. (2020). *Brand Islamic Branding, & Re-branding (Peran Startegi Merek dalam Menciptakan Daya Saing Industri dan Bisnis Global)*. Depok: Rajawali Pers.
- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metode Penelitian Binsis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman dan Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- S, Febriana Margareta. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi (Studi kasus konsumen handphome*

- xiaomi di cikarang utara*). Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Bangsa. Bekasi.
- Situmorang dan Lutfi. (2014). *Analisis Data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. USU Press, Medan.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Cv. Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2011). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.
- \_\_\_\_\_. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Cv. Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Cv. Alfabeta.
- Sulaiman, Agus, Djasuro Surya dan Daenulhay Kmasin. (2018). *Pengaruh Brand Extension dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Enduro Matic-G Melalui Citra Merek (Survey Pada Konsumen Pengguna Enduro Matic-G di Kota Serang)*. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa. Vol. 2 No.1.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Sula, Muhammad Syakir. (2004). *Asuransi Syariah (life and general): Konsep dan Sistem Operasional*. Jakarta: Gema Insani.
- Supangkat, Aditya Hangga. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol. 6 No. 9.
- Taufiq, Ali Muhammad. (2004). *Praktik Manajemen Berbasis Al-Qur'an*. Jakarta: Gema Insani.
- Tjiptono. (2008). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Veithzal, Rivai. (2009). *Islamic Human Capital edisi 1*. Jakarta: Rajawali Persada.
- Veithzal, Rival Zinal dkk. (2017). *Islamic Marketing Management*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Yustiawan, Ody. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol. 5 No. 2.
- Z, Aini. *Analisis Faktor Dalam Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Perbankan Syariah*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis. Vol. 1.

**Website:**

<https://www.maybelline.com/about-maybelline>. Diakses 17 Juni 2021

<https://www.maybelline.co.id/about-maybelline>. Diakses 17 Juni 2021

<https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>. Diakses 3 Mei 2021

<https://www.google.com/amps/s/m.liputan6.com>. Diakses 15 Agustus 2021