

DAFTAR PUSTAKA

- Akdon, R. (2007). *Rumus dan Data dalam Analisis statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Anonim. (2012). *Mengetahui positioning produk kosmetik wanita Maybelline, Pixy, Caring, Revlon, dan Mustika Ratu berdasarkan persepsi konsumen* <http://e-journal.uajy.ac.id/1274/2/1KOM03607.pdf> (diambil tanggal 06 februari 2017)
- Anonim. (2013). *Pengaruh Advertising dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Yayasan Pondok Pesantren Putri An-Nuriyah* <http://digilib.uinsby.ac.id/1086/2/Bab%201.pdf> (diambil tanggal 06 februari 2017)
- Arlivawidji. (2012). *Bahaya Mercury pada kosmetik*. <http://arlivawidji.wordpress.com/2012/01/25/bahaya-mercury-pada-kosmetik>. (Diambil tanggal 02 februari 2017)
- Broadbent, S. (2008). *Brand Love, Brand Images and Loyalty in Australia Elite Sport*
- Ghazali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, P. Swasto, B. Hamid, D. & Firdaus, M. R. (2014). *The Influence of Product Quality, Brand Images, and Quality of Service to Costumer Trust and Implication on Customer Loyalty (Survey on Customer Brand Sharp Electronics Product at the South Kalimantan Province)*. *European Journal of Business and Management* Vol 6, No. 29
- Handayani, M. S. (2016). *Saat Kosmetik Halal Memimpin Pasar*. <https://tirto.id/saat-kosmetik-halal-memimpin-pasar-bP4r>. (Diambil tanggal 05 februari 2017)
- Hasibuan, M. S. P. (2009). *Manajemen: Dasar , Pengertian, Masalah* Edisi Revisi. Jakarta : Bumi Aksara.
- Insukindro, (2001). *Modul Pelatihan Ekonometrika, PAU, UGM, Yogyakarta*.

- Omar, Jr. S. L. S, Jr, S, Wahid, A. N, Ismail, I. & Harun, A. (2007). *The Effect of Brand Image Overall Satisfaction and Loyalty Intention In The Context of Color Cosmetic*. *Asian Academy of Management Journal*, Vol. 12, No I
- Kambiz, S. & Safoura, N. S. (2010). *The Impact of Brand Image on Customer Satisfaction and Loyalty Intention (Case Study : Consumer of Hygiene Products)* *International Journal of Engineering & Research* Volume 3, Issue 1, ISSN : 2277-56668
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Marketing Management 14th Edition*. Harlow : Prentice Hall.
- Kotler, P. & Susanto, A.B. (2001). *Manajemen Pemasaran di Indonesia, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Edisi Pertama, Jilid 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Madalla, G.S. (1999). *Introduction to Econometrics, 2nd Edition*, New York.
- Mandasri, S. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kehalalan produk Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*". (Survey pada pengunjung Counter produk kosmetik Wardah di Balubur Town Square Bandung). <http://repository.unpas.ac.id/2050/3/BAB%20I.pdf> (Diambil tanggal 05 februari 2017)
- Nagar, G. (2014) *Brand Trust Dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, dan Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek*. *Jurnal Manajemen*, Vol. 6, No. 1, Nov 2006
- Riduwan, & Sunarto. (2007) *Pengantar Statistik Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis*. Bandung. Alfabeta.
- Sallam, M. A. (2016). *The Impact of Brand Image and Cioporate Branding on Customers's Choice : The Role of Brand Equity*. *International Journal of Marketing Studies* Vol 8, No 1
- Shidiq, Z. M. (2009). *Sejarah Singkat Perusahaan Wardah*. <http://storage.jak-stik.ac.id/students/paper /penulisan%20ilmiah /30404165 /BAB%20III.pdf> (Diambil tanggal 05 februari 2017)

Sugiyono, (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif & RND*. Bandung : Alfabeta

Thakur, S. & Singh, A. (2012). *Brand Images, Customer Satisfaction and Loyalty Intention : A Study in the Context of Cosmetics Product Among The People of Central India*. *Excel International Journal of Multidisciplinary Management Studies* Vol 2.

Zikmund, W. G. McLeod, J. & Faye. W. (2002). *Customer Relationship Management: Integrating Marketing Strategy and Information Technology*. New Jersey: John Wiley and Sons.

