

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta. 2015.
- Aji, Novendra Angger Setya. “Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee Pada Mahasiswa Angkatan 2019 Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kediri”. *Skripsi IAIN Kediri*. 2021.
- Akademik IAIN Kediri. “Rekapitulasi Data Mahasiswa IAIN Kediri”, <https://akademik.iainkediri.ac.id/2021/01/01/rekapitulasi-data-mahasiswa-tahun-akademik-2020-2021/>. Diakses pada tanggal 18 September 2022 pukul 20.00.
- Alfajar, Fachrul. “Pengaruh Kualitas terhadap Kepuasan Pelanggan Jeans House”. *Journal of Administration and Management Public Literation (JAMIL)*. Vol. 1 No. 1. 2014.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta. 2015.
- Amirin, M. Tatang. *Skala Likert: Penggunaannya dan Analisis Datanya*. TP:TT. 2014.
- Anas, Ahmad Aulia. “Pengaruh Celebrity Endorse terhadap Keputusan Pembelian di Eiger Store Royal Plaza Surabaya”. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* Vol. 8 No. 2. 2020.
- Ayu, Diyah. “Preferensi Pengguna Skincare pada Perempuan”. *Jurnal Manajemen Komunikasi* Vol. 4 No. 2. 2020.
- Azwar. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar. 2014.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. *Kajian Ekonomi & Keuangan*. <https://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal/>. 2020.
- Basrowi. *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2012.
- Departemen Agama RI. *Al-quran dan Terjemahan*. Bandung: CV Darus Sunnah. 2015.
- Irwan, Handi. *Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia. 2014.
- Irwansyah, Rudi. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widiana Bhakti Persada. 2021.
- Kasmadi. *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta. 2014.
- Kotler & Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi ke-7*. Jakarta: Salemba Empat. 2018.
- Kotler, Philip & Keller. *Marketing Management*. London: Pearson Education. 2016.

- Krisdayanto, Iqbal. "Analisis Pengaruh Harga. Kualitas. Pelayanan. Fasilitas. dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen". *Journal of Management*. 2018.
- Muhammad. *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2013.
- Praso, Eko. "Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen Point Coffee". *Jurnal JRMB* Vol. 14 No. 2.
- Putro, Shandy Widjoyo. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya". *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 2 No. 1. 2014.
- Rauf, Isnaeni. "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Body Lotion". *Skripsi Universitas Muhammadiyah Makassar*. 2020.
- Rosyadi, Frysda Intan Putri. "Pengaruh Kualitas Produk *Scarlett Whitening Body Lotion* Terhadap Kepuasan Konsumen". *Skripsi IAIN Kediri*. 2021.
- Sarjono. Haryadi. *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar. Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba. 2018.
- Shartykarini, Sarry. "Pengaruh Harga. Kualitas Produk. dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan". *Jurnal Wawasan Manajemen* Vol.1 No. 1. 2016.
- Simamora. *Panduan Riset Perilaku Konsumen edisi 3*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2016.
- Siregar, Syofiyani. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara. 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2018.
- Suhanja, Feby Tri. "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang pada Produk YOU Di Kota Malang". Tugas Akhir Politeknik Negeri Malang. 2020.
- Sujarweni, Wiratna. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. 2014.
- Swastha, Basu. *Manajemen Pemasaran Moder*. Yogyakarta: Liberty. 2015.
- Syauki, Wifka Rahma. "Persepsi dan Preferensi Penggunaan Skincare Pada Masyarakat Milenial dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran". *Jurnal Manajemen Komunikasi* Vol. 4. No. 1. April 2020.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV Andi Offset. 2014.
- Wijaksana, Tri Indra. "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada *Scarlett Whitening* di Shopee". *Jurnal Manajemen* Vol. 9 No. 4. 2022.

Yulistiara, Eriak. "Brand Scarlett menurut Perspektid Ekonomi Islam di Era New Normal". *Journal of Product & Brand Management* Vol. 17 No. 1. 2018.