



## DAFTAR PUSTAKA

1. a. Abdullah, Md, Abdul Kalam, dan S.M. Akterujjaman (2013), *Packaging Factors Determining Consumer Buying Decision, International Journal of Humanities and Management Science Volume 1, Issue 5, ISSN 2320-4036, EISSN 2320-4044.*
- b. Asim, Muhammad, dan Ilyas Mahmood Ahmad Qureshi, *Measurement Models of Key Quality Concepts, Journal of Department of Engineering Management, Pakistan.*
- c. Atmaja, Desy Purwanti, dan Martinus Febrian Adiwinata (2013), *Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di Kopitiam Oey Surabaya, Universitas Kristen Petra, Surabaya.*
- d. Cooper, Donald R. dan Pamela S. Schindler (2011), *Business Research Methods, New York: McGraw-Hills.*
- e. Damayanti (2014), *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Produk Oriflame, Naskah Publikasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.*
- f. Fuad, M., Christin H., Nurlela, Sugiarto, dan Paulus YEF (2000), *Pengantar Bisnis, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.*
- g. Ghozali, Imam, dan Hengky Latan (2014), *Partial Least Square, Konsep, Metode, dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 4.0, Edisi ke-2, Semarang: Badan Penerbit: Universitas Dipenogoro.*
- h. Gulo, W. (2003), *Metodologi Penelitian, Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.*
- i. Keegan, Warren J., dan Mark C. Green (2015), *Global Marketing, Edisi ke-8, USA: Pearson.*
- j. Kotler, Philip, dan Kevin L. Keller (2012), *Marketing Management, Edisi ke-14, Global Edition, USA: Pearson.*

© Hak cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



Kotler, Philip, dan Gary M. Armstrong (2010), *Principles of Marketing*, Edisi ke-13, USA: Prentice Hall.



© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Persaingan Kosmetik Semakin Ketat**, *Indonesia Finance Today*, diakses 30 September 2015, [www.heydeerahma.com/kosmetik-korea/](http://www.heydeerahma.com/kosmetik-korea/).

**Pertumbuhan Pangsa Kosmetik Indonesia**, diakses 30 September 2015, [www.tempointeraktif.com/bisnis/2009](http://www.tempointeraktif.com/bisnis/2009).

**Poturak, Mersid** (2014), *Influence of Product Packaging on Purchase Decisions*, *European Journal of Science and Human Sciences*.

**Profil Etude House di Indonesia**, diakses 20 November 2015, <http://www.etudehouse.co.id/index.php/etude-indonesia#.VouOZbZ97Mw>.

**Rozikin, Leonard Budi Hasiolan, dan Andi Tri Haryono** (2015), *Pengaruh Harga, Iklan Televisi, dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Avanza di Dealer Nasmoco Pemuda Semarang*, Universitas Pandanaran Semarang.

**Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk** (2007), *Perilaku Konsumen*, Edisi ke-7, Edisi Terjemahan, Jakarta: PT Indeks.

**Sejarah Etude House di Indonesia**, diakses 30 September 2015, [www.teen.co.id/teen-magazine](http://www.teen.co.id/teen-magazine)

**Simamora, Bilson** (2004), *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

**Stinjak, Humpal, dan Sugiarto** (2006), *Lisrel*, Jogjakarta: Graha Ilmu.

**Stanton, William J., Michael J. Etzel, dan Bruce J. Walker** (1994), *Fundamentals of Marketing*, Edisi ke-10, USA: McGraw Hill.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian karya tulis ini tanpa mengizinkan penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.