

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] P. Dr. H. B. Alma, *MANAJEMEN PEMASARAN DAN PEMASARAN JASA*, Edisi ke 7. ALFABETA, 2020.
- [2] Windi, “Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame,” *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame*, no. 1, p. 75, 2004.
- [3] Ph.D. Fandy Tjiptono, *STRATEGI PEMASARAN*, Edisi ke 4. YOGYAKARTA: ANDI, 2015.
- [4] Dr. M. Indrasari, “Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan (Dr. Meithiana Indrasari) (z-lib.org).pdf.” p. 36, 2019.
- [5] Ph. D. F. Tjiptono and A. Diana, *pemasaran*. YOGYAKARTA, 2020.
- [6] M. Si. Dr. E. M. Sangadji and Pd. Dr. Sopiah, *perilaku konsumen*, vol. edisi 1. YOGYAKARTA, 2013.
- [7] S. Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. PT. Bumi Aksara, 2020.