

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, & Keller, K. . (2012). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (4th ed.). Perason Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Marketing: An introduction*. Thirteenth Edition. In *Pearson*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. In *Pearson Education* (15th ed.).
- Sumartini, L. C., & Tias, D. F. A. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 3(2), 111–118. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v3i2.124>.
- Novianti, Y., & Purba, T. (2020). Pengaruh Kualitas, Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 5(2).
- Jamilah, R. S., & Habra, M. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Produk Kosmetik Emina. *Movere Journal*, 4(1), 19-28. <http://ojs.stie-tdn.ac.id/index.php/mv>
- Laili, R. R., & Canggi, C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Label Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Body Lotion Citra. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 8(6). 743-756. <https://doi:10.20473/vol8iss20216pp743-756>

Stefen, Y., & Efendi. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lingkungan Fisik Dan Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Kampoeng Kita. *Ultima Management*, 10(2), 129–143.

Albesta, M. (2018). Pengaruh kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Caffe Warunk UPNormal Kota Malang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 01(01), 1689–1699.

Data diolah peneliti. (2022). *Jaringan Penjualan Kosmetik di Indonesia*.

<https://industri.kontan.co.id/news/ms-glow-raih-penghargaan-setelah-catatkan-penjualan-produk-lebih-2-juta-per-bulan-the-Year-2020>

bps. (2019). Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/>

Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>

Marpaung, F. K., Samosir, M. A., Ferbina, E., Girsang, L., & Ndraha, I. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Skin Care Himalaya Pada PT. The Himalaya Drug Company Di Medan. *Jurnal Manajemen*, 6(2). <http://ejournal.lmiimedan.net>

Napitupulu, H. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Poespa Salon & SPA Bekasi Barat. *Jurnal Ekonomi dan Industri*, 20(2).

Prasetyo, M. D., Susanto., & Maharani, B. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1).

Komalasari, T. D. (2022). *PERBANDINGAN OMZET MS GLOW DENGAN TIGA MEREK KOSMETIK DI INDONESIA*. DaKataka.Co.Id.
<https://katadata.co.id/tiakomalasari/berita/623d860c0eff2/perbandingan-omzet-ms-glow-dengan-tiga-merek-kosmetik-indonesia>

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (P. Harto (ed.); 8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Ketiga). Salemba Empat.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian* (3rd ed.). Andi.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawami (ed.)). Alfabeta.