

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Firmanshya, Anang Muhamat., 2019. Pemasaran produk dan merek (*planing & Strategy*). Penerbit Qiara Media. https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/334964919_Buku_Pemasaran_Produk_dan_Merek/links/5d47e1a04585153e593cff86/Buku-Pemasaran-Produk-dan-Merek.pdf diakses pada 16 April 2023, pukul 23:17 WIT.

Indrasari, Meithiana., 2019. Pemasaran dan kepuasan pelanggan. Penerbit Unitomo perss. Surabaya. <http://repository.unitomo.ac.id/2773/1/PEMASARAN%20DAN%20KEPUA%20SAN%20PELANGGAN.pdf> diakses pada 6 April 2023, pukul 22:15 WIT.

Kotler P. and Keller, L. K., 2009. *Marketing Management. Edition 13*. Kota New Jersey, Pearson Education, Inc, Bob Sabran (Penerjemah), 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1&2, Penerbit Erlangga. Jakarta.

Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12 jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.

Simanihuruk, Zilfana, Prahendratno Antonius, Tamba Darwis, Sagala Roslinda, Ahada Roby, Purba, Lani Mery, Hidayat, R, Deddy, dan Rachman, Hartini Sitti, 2023. *Memahami Prilaku Konsumen*. Edisi 1, Penerbit PT. Sonpedia Publishing Indonesia. Jl. Kenali Jaya No 166 Kota Jambi.

Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta : Andi Offset

Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Pendidikan. Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Edisi 21-22, Penerbit Alfabeta, CV Jl. Gegerkalong Hilir No. 84 Bandung. <https://drive.google.com/file/d/1BU6wHzKI5i2en7ggqbQXNU1TsPbNUYm/view> diakses pada 17 Mei 2023, pukul 21:13 WIT.

Tjiptono, Fandy. 2019. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4, Penerbit Andi. Yogyakarta.

Artikel Jurnal dan Skripsi

Andhikara, B, A, Nandiw, 2014. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Ulang Jasa *English Course*. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/13025> diakses pada 5 April 2023, pukul 12:47 WIT.

Adriani, Teni 2020. Pengaruh *Brand Image* Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Mahasiswi Membeli Produk Kecantikan *Maybeline*

- Adinda, Astri Amaura, 2021. Pengaruh *Price Discount* Terhadap *Impulse Buying* di Massa Pandemi *Covid-19* (Studi pada Konsumen Yokya Sunda Departemen *Store* di Kota Bandung) <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/5141/> diakses pada 7 April 2023, pukul 18:27 WIT.
- Djodjobo, Vanessa Cynthia, dan Tewas N. Hendra, 2014. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado. <https://media.neliti.com/media/publications/2281-ID-pengaruh-orientasi-kewirausahaan-inovasi-produk-dan-keunggulan-bersaing-terhadap.pdf> diakses pada 15 April 2023, pukul 10:23 WIT.
- Djuang, Gaudensius, 2006. Motif Pelanggan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Koperasi Kredit Di Kota Kupang. Tesis Program Pasca Sarjana Universitas Brawijaya Malang.
- Fitrotin, R, Rona dan Sudarwanto Tri, 2021. Pengaruh *Price Discount* dan Bonus Pack Keputusan Pembelian Produk Near Expired Kecap Bango Yang Dimediasi Oleh Minat Beli (Studi Kasus Di Transmart Rungkut Surabaya)
- Habibah, Farah, 2020. Peranan Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan (studikasus pada UD. Merah Delima Bakeri Jln. Penanggungan Bandar Lor Kota Kediri).
- Halawa, Kristiani, 2018 Pengaruh Kualitas Produk Harga Terhadap Minat Beli Di UD. Misel Telukdalam Kabupaten Nias Selatan. https://skripsistie.files.wordpress.com/2018/03/kristiani-halawa_pengaruh-kualitas-produk-dan-potongan-harga-terhadap-minat-beli-di-ud-misel-telukdalam-kabupaten-nias-selatan.pdf diakses pada 3 Mei 2023, pukul 20:21 WIT.
- Harlisa, Radita dan Saputri, Eka Marheni, 2016. Pengaruh *Brand Image* Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Pada Zara di Mall Pvj Bandung. <https://core.ac.uk/download/pdf/299910021.pdf> diakses pada 7 April 2023, pukul 17:14 WIT
- Kuro, Ummul, 2021. Pengaruh Promosi Dan Diskon Terhadap Daya Tarik *Closing Inline Shop* Mahasiswa di STKIP PGRI Bangkalan. http://repo.stkipgri-bkl.ac.id/1319/1/Ummul%20Kuro_1722211068_ekonomi.pdf diakses pada 9 Mei 2023, pukul 16:19 WIT
- Kusumo, Wibowo Raharjo Agung, 2006. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran (Studi pada Industri Batik Skala Besar dan Sedang di Kota dan Kabupaten Pekalongan). http://eprints.undip.ac.id/16236/1/Agung_Raharjo_Wibowo_Kusumo.pdf diakses pada 12 April 2023, pukul 15:27 WIT.

- Labibah, Zakiah, 2019. Pengaruh *E-Service Quality* dan Promosi Daring Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Pembelian Ulang pada Pemesanan Hotel di Situs Traveloka. <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/187778/> diakses pada 5 Mei 2023, Pukul 23:43 WIT.
- Murwanti, Sri dan Pratiwi Panca, Anggrahini, 2017. Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat beli ulang jasa service motor dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/xmlui/handle/11617/8984> diakses pada 15 April 2023, pukul 23:56 WIT.
- Neldi, Mondra, Kumbara, Brama Vicy, dan Yunita, 2020. Mengukur Minat Beli Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen pada PT. Menara Agung Padang. <https://web.archive.org/web/20201118081551/https://dinastirev.org/JIMT/article/download/328/210> diakses pada 12 April 2023, pukul 15:00 WIT
- Negarawan, Ikar Gesit, 2018. Pengaruh citra merek terhadap minat pembelian yang dimoderasi oleh tipe keperawatan *ekstrovet*. <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1068137&val=16016&title=Pengaruh%20Brand%20Image%20Terhadap%20Minat%20Membeli%20Yang%20Di%20Moderasi%20Oleh%20Tipe%20Kepribadian%20Ekstrovert> diakses pada 2 April 2023, pukul 15:22 WIT.
- Nilawati, Wardha, 2019. Pengaruh *Brand Image* dan *Word Of Mouth* Terhadap Minat Pembelian Ulang (studi pada konsumen Kopi ABC di Desa Pancoron Bondowoso). <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/SMBI/article/view/2373> diakses pada 15 Mei 2023, pukul 21:17 WIT.
- Putra, Panca B,I, dan Kusumadewi, W, M, Ni, 2019. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Niat Pembelian Ulang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/download/4655/5/30538> diakses pada 5 April 2023, pukul 01:34 WIT.
- Putri, E, D, Anin, dan Ramli, Yanto, 2019. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Memperhatikan Harga, Kualitas Produk dan Promosi pada Produk Kosmetik Wardah.
- Setyowidodo, Maulana Dimas, 2021. Pengaruh *Store Admosphere* Kualitas Layanan dan Kualitas Makanan Terhadap Minat Beli Ulang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen Restoran Ulam Sari Kudus. <https://eprints.umk.ac.id/15615/> diakses pada 7 Mei 2023, pukul 18:45 WIT.
- Sulaiman, Sandi, 2021. Pengaruh *Display* Produk *Diskon* Harga dan *Bundling* Produk Terhadap Keputusan *Impulse Buying* pada Alfamart Sunter Jaya

- Jakarta. <http://repository.stei.ac.id/4118/> diakses pada 5 Mei 2023, pukul 15:42 WIT.
- Salsabila, Clarisa, Umbar, Taufan, dan Setyorini Retno, 2022. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Something <https://stia-binataruna.e-journal.id/PUBLIK/article/download/405/242/> diakses pada 15 April 2023, pukul 21:32 WIT.
- Seran, Y, L, Maria, 2022. Pengaruh Implementasi Digital Marketing dan Inovasi Produk Terhadap Peningkatan Penjualan pada Tokoh Roti Borneo Bakery.
- Saputra, Apriyadi, 2016. Pengaruh Diferiansiasi Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna *Hanphone* Samsung di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Suman Gunung Djati Bandung. <https://etheses.uinsgd.ac.id/3543/> diakses pada 12 Mei 2023, pukul 22:15 WIT.
- Supriyadi, Fristin, Yuntawati, dan Indra Ginanjar, 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian. <https://media.neliti.com/media/publications/75449-ID-pengaruh-kualitas-produk-dan-brand-image.pdf> diakses pada 29 April 2023, pukul 15:23 WIT.
- Triyandi, Teguh, 2023. Pengaruh *Diskon Harga, E-Service Quality* dan *Customer Experience Platfrom Shopee Food* Terhadap Minat Beli Ulang Dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel *Intervening*. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/ejmfe/article/view/64978> diakses pada 5 Mei 2023, pukul 13:25 WIT.
- Tjiang, Setiawan Andri, dan Harjanti Dhyah, 2013. Hubungan Faktor Individual Entrepreneur Dengan Inovasi Produk Pada Usaha Mikro Dan Kecil Di Jawa Timur. <https://media.neliti.com/media/publications/36053-ID-hubungan-faktor-individual-entrepreneur-dengan-inovasi-produk-pada-usaha-mikro-d.pdf> diakses pada 27 April 2023, pukul 16:43 WIT.
- Widyanita, A, W, Ni, dan Rahanatha, Bayu Gede, 2022. Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Niat Pembelian Ulang Produk Pakaian Merek Lanakila di Bali. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/manajemen/article/download/82107/45435> diakses pada 4 April 2023, pukul 01:32 WIT.
- Winoto, Hery Tj, Tecoalu Melitina, dan Fettiday, 2022. Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh *Brand Image* dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang <https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/COSTING/article/view/3341> diakses pada 27 April 2023, pukul 14:53 WIT.

Website

Compas, “*Top 5 Brand* Perawatan Wajah Terlaris di *e-commerce* Indonesia dengan penjualan di atas Rp.10 miliar” <https://compas.co.id/article/top-5-brand-perawatan-wajah/> diakses pada April 2023, pukul 12:30 WITA

Sodexo, “6 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan” <https://www.sodexo.co.id/faktor-kepuasan-pelanggan/> diakses pada 12 Mei 2023, pukul 15:23 WIT

Gantara, Rama, “10 Bauran Promosi (*promotion mix*) dalam pemasaran” <https://tumpi.id/bauran-promosi-promotion-mix-dalam-pemasaran/> diakses pada minggu 4 juni 2023, pukul 10:15 WIT.

Putri, Sutrisni Arum, “Apa Itu Kosmetik” <https://www.kompas.com/skola/read/2020/03/22/203000769/apa-itu-kosmetik> diakses pada minggu 4 juni 2023, pukul 15:25 WIT

Kurniawan, Bayu, “Pengertian Prilaku Konsumen Beserta Tipe dan Manfaatnya dalam Sales” <https://komerce.id/blog/pengertian-perilaku-konsumen/> di akses pada Senin 2023, pukul 10:12 WIT.

Thabroni, Gamal, “*Brand Image* (citra merek): Pengertian, Indikator, Manfaat, dsb,” <https://serupa.id/brand-image-citra-merek-pengertian-indikator-manfaatdsb/#:~:text=Sementara%20itu%20menurut%20menurut%20Kotler.serupa%20dengan%20merek%20yang%20berbeda> di akses pada Senin 5 juni 2023, pukul 13:58 WIT.



**UPT. PERPUSTAKAAN PUSAT
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA KUPANG**

Nomor Pokok Perpustakaan: 5371002D2020114
Jl. Prof Dr. Herman Johannes, Penfui Timur, Kupang Tengah, Kab. Kupang.
Website: <https://perpustakaan.unwira.com/> e-mail: lib.unwira@gmail.com

SURAT KETERANGAN HASIL CEK PLAGIASI

Nomor:401/WM.H16/SK.CP/2024

Dengan Ini Menerangkan Bahwa:

Nama : Emilia Kartika Bria
NIM : 32119024
Fakultas/Prodi : FEB/ Manajemen (S1)
Dosen Pembimbing : 1. Drs. Ec, Gaudensius Djuang, MM
2. Apriyanus Fallo, SE, MM
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image Inovasi Produk Dan Potongan Harga
Melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli
Ulang Kosmetik Garnier Pada Toko Fresh Mart Kota
Kupang

Skripsi yang bersangkutan di atas telah melalui proses cek plagiasi menggunakan Turnitin dengan hasil kemiripan (*similarity*) sebesar **17 (Tujuh Belas)%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kupang, 02 April 2024

Kepala UPT Perpustakaan,



Silvester Suhendra, S.Ptk