

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, Icek. "The Theory of Planned Behavior". *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50, no. 2 (1991): 180–206.
- Alma, Buchari dan Donni Juni. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2014.
- Asnawi, Said Kelana dan Chandra Wijaya. *Riset Keuangan: Pengujian-pengujian Empiris*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Azwar, Saifudin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001.
- Bahri, Syamsul dan Fahkry Zamzam. *Model Penelitian Kuantitatif Berbasis SEM-Amos*. Yogyakarta: Deepublish, 2014.
- Bandura, Albert. *Social Cognitive Theory of Personaity*. New York: Guilford Press, 1999.
- Cholifah, Nike. "Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap *Brand Image*". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 36, No. 1, (2016): 172.
- Citra, Tamara dan Suryono Budi. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Cetakan *Continous Form* melalui Kepercayaan merek". *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, Vol. 13, No. 1, (2016): 1.
- Darmadi, Hamid. *Metode Penelitian Pendidika.*, Bandung: Alfabeta, 2011.

- Databoks, *Jumlah Penduduk Indonesia 2019 Mencapai 267 Juta Jiwa*, di akses pada tanggal 2 November 2019, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/01/04/jumlah-penduduk-indonesia-2019-mencapai-267-juta-jiwa>
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahnya*. Semarang: PT. Toha Putra, 1997.
- Editor, Marketeers. *Indonesia jadi Pasar Terbesar Produk Skincare Dunia*, diakses pada 3 September 2019, <http://marketeers.com/indonesia-jadi-pasar-terbesar-produk-skin-care-dunia/>
- Fitriana, Ana, Joko Widodo, Amin Pujiati. “Determinan Perilaku Konsumen *Smartphone* pada Siswa SMA Negeri di Kota Salatiga”. *Journal of Economic Education*, Vol. 4, No. 1, (2015): 42.
- Firmansyah, M. Anang. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2019.
- Galih, Prasetya Ermawan, Edy Yulianto, Sunarti. “Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 62, No. 2, (2018): 215.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: BP Undip, 2008.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2011.
- Gunawan, Ce. *Mahir Menguasai SPSS (Mudah Mengolah Data dengan IBM SPSS Statistic 25)*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Hamidi, Dendi Zainuddin dan Sugih Prakoso. “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen melalui Variabel Intervening Kepuasan Konsumen”. *Jurnal Ekonomak*, Vol. 4, No. 2, (2018): 3.

Hasan, Iqbal. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.

Hermawati, Ilham. “Pengaruh Faktor Kelas Sosial Terhadap Perilaku Konsumen dalam Pemilihan Pakaian Di Desa Lagego Kecamatan Burau Kabupaten Lawu Timur”. *Journal of Islamic Management And Bussines*, Vol. 1, No. 1, (2018): 18-23.

Irwan. “Relevansi Paradigma Positivistik dalam Penelitian Sosiologi Pedesaan”. *Jurnal Ilmu Sosial*, Vol. 17, No. 1, (2018): 25-27.

Ismayana, Sari dan Nur Hayati. “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Pixy”. *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*, Vol. 10, No. 2, (2018): 12.

Kadir, Haris Abdul, Syarifuddin T., Wahba, Abdur Rahman, Nining Andini. “Pengaruh Faktor Gaya Hidup, Kelas Sosial, dan Kepribadian terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Matic Mio Sproty di Kota Palu”. *Jurnal Sinar Manajemen*, Vol. 5, No. 2, (2018): 115.

Kemenperin. *Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%*. diakses pada tanggal 2 November 2019, <https://kemenperin.co.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20>

Kemenperin. *Indonesia Lahan Subur Industri Kosmetik*. diakses pada tanggal 3 November 2019, <https://kemenperin.co.id/artikel/5897/Indonesia-Lahan-Subur-Industri-Kosmetik>

Kertamukti, Rama. *Strategi Kreatif dalam Periklanan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*, jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008.

Kotler dan Keller. *Marketing Management Edisi 14*. Prentice Hall: Global Edition Pearson, 2012.

Kurnia, M. Rifa’I, Djumali, dan Istiqomah. “Pengaruh Merek, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Olahraga Tennis Meja Oke Sport Di Kecamatan Wonosari”. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, Vol. 24, No. 1, (2017): 35.

Liputan 6. diakses pada 3 September 2019, <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3960949/klinik-kecantikan-di-solo-ini-sukses-dengan-perawatan-khas-korea>

Magdalena, Puspita Astria, Suharyono, Mukhammad. “Pengaruh Brand Ambassador terhadap International Brand Image serta Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 23, No. 1, (2015): 4.

Mamahit, Philius, Agus Supandi Soegoto, Willem Alfa Tumbuan. “Pengaruh *Brand Image*, *Bran Trust*, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota All New Yaris pada PT. Hasjrat Abadi Manado”. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol. 15, No. 5, (2015): 785.

Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.

Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder Edisi Revisi 2*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016.

Masrukhin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kudus: STAIN Kudus, 2009.

Medias, Fahmi. *Ekonomi Mikro Islam*. Magelang: UNIMMA Press, 2018.

Miftah, A. A. dan Ambok Pangiuk. *Pemberdayaa Ekonomi dan Bisnis Muslim Jambi dalam Persepektif Wirausaha*. Malang: Ahlimedia Press, 2020.

- Muhyiddin, Nurlina T., Lily Rahmawati Harahap, Sa'adah Yuliana, Isni Andriana, M. Irfan Tarmizi, Muhammad Farhan. *Ekonomi Bisnis Menurut Persepektif Islam dan Konvensional*. Malang: Penerbit Peneleh Anggota IKAPI, 2020.
- Nugraheni, Ria Dwi. "Pengaruh Kelas Sosial terhadap Perilaku Konsumen". *EQUILIBRIUM*, Vol. 6, No. 1, (2018): 82.
- Nugroho, Adi. *Kosmetika Wanita Modern*. Surabaya: Penerbit Indah Surabaya, 2000.
- Prawirosentono, Suyadi. *Filosofi Baru tentang Manajemen Mutu Terpadu Total Quality Manajemen Abad 21 Studi Kasus dan Analisis*. Jakarta: Bumi Aksara, 2002.
- Prayitna, Surya Eka. *Analisis Statistik Sosial Rangkaian Penelitian Kuantitatif Menggunakan SPSS*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Puspita, Diestituace Lucky, Edy Yulianto, Sunarti. "Pengaruh Kualitas Produk dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen *Charles & Keith* di Tunjungan Plaza Surabaya)". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 34, No. 1, (2016): 81-85.
- Rangkuti, Freddy. *The Power of Brand*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Rangkuti, Freddy. *Spiritual Leadership in Business Wake Up "Khoirunnas Anfaulum Linnas"*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2010.
- Rangkuti, Freddy. *Customer Service Satisfaction & Call Cebter Berdasarkan ISO 9001*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Rivai, Veithzal. *Islamic Human Capital edisi I*. Jakarta: Rajawali Persada, 2009.

- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen (Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian)*. Yogyakarta: ANDI, 2013.
- Saputra, Setiawan Tri dan Kadarisman. “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Iphone”. *Jurnal Administrasi dan Bisnis (JAB)*, Vol. 50, No. 6, (2017): 89.
- Septhani dan Sugiarto. “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian”. *Jurnal Undip.ac.id*, Vol. XII, No. 3, (2014): 5.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen: Persepektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenada Media Group, 2010.
- Shahab, Ali. *Buku Ajar Analisis Kuantitatif Ilmu Politik dengan SPS*. Surabaya: Airlangga University Press, 2018.
- Sheth, Jagdish N. *A Theory of Family buying Decision*. New York: Harper & Row, 1974.
- Sihabuddin, “Islam dan Kelas Sosial” 17 April, 2020. <http://bata-bata.net/2020/04/17/Islam-dan-Kelas-Sosial.html>
- Siregar, Syofiyani. *Statistika Terapan untuk Perguruan Tinggi*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta, 2003.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2004.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Sugiyono. *Metode Penelitian pendidikan*. Bandung: Alfabeta 2013.

- Sugiyono. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suharyadi dan Purwanto. *STATISTIKA: untuk Ekonomi dan Keuangan Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Sumarga, Hendi Eka. "Pengaruh Gaya Hidup dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Smartphone* Advan Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Tangerang". *Dynamic Management Journal*, Vol, 3, No. 2, (2019): 84.
- Supranto dan Nandan Limakrisna. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011.
- Supriyadi, Yuntawati Fristin, Ginanjar Indra K.N. "Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 3, No. 1, (2016):135.
- Suryani, Tatik. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Susanti, Rizki Aprilia Dwi. "Brand Image dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli dan Menggunakan Produk Cream Wajah Garnier". *Jurnal Eksekutif*, Vol. 14, NO. 1, (2017): 130-134.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa, Edisi Pertama, Cetakan Pertama*. Malang: Bayu Media Publishing, 2005.
- Tjiptono. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2008.
- Triwijayati, Anna dan Deviga Bayu Pradipta. "Kelas Sosial Vs Pendapatan: Eksplorasi Faktor Penentu Pembelian Consumer Goods dan Jasa". *Jurnal Ekonomi*, Vol. 23, No. 2, (2018): 143-144.
- Wahyono, Budi. *Pengertian Brand Image (Citra Merek)*. diakses pada 3 September 2019,

<http://www.pendidikanekonomi.com/2012/11/pengertian-brand-image.html>

Wijianto dan Ika Farida Ulfa. "Pengaruh Status Sosial dan Kondisi Ekonomi Keluarga terhadap Motivasi Bekerja bagi Remaja Awal (Usia 12-16 Tahun) di Kabupaten Ponorogo". *Al Tijarah*: Vol. 2, No. 2, (2016); 193.

Wulandari, Dwi Ajeng dan Farah Oktafani. "Pengaruh *Brand Image* Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepatu Nike". *Jurnal Computech & Bisnis*, Vol.11, No. 1, (2017): 54.

Wulandari, Rizky Desty dan Donant Alananto Iskandar. "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik". *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, Vol. 3, No. 1, (2018): 13.

Zainal, Veithzal Rivai, Firdaus Djaelani, Salim Basalamah, Huna Leila Yusron, dan Andria Permata Veithzal. *Islamic Marketing Management*. Jakarta: Bumi Aksara, 2017.

Zawawi, Ali dan Saifullah Ma'shum. *Penjelasan Al-Qur'an tentang Krisis Sosial, Ekonomi dan Politik*. Jakarta: Gema Insani Press, 1999.

Berdasarkan pengalaman pribadi penulis yang merupakan member produk BOG.

Hasil dokumentasi dari Bpk. Septian Salim (Owner BOG) dalam acara "*Meet and greet* bersama Member BOG di Kabupaten Pati" di SMA N 1 Kayen pada tanggal 23 Februari 2019.

Hasil dokumentasi dalam acara "*Home Sharing* bersama Owner BOG" pada tanggal 12 Oktober 2019.

www.blueoceanglobal.biz