

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David., & Biel, Alexander. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Andina, A. (2019). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Brand Ambassador, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*.
- Angelina, D. (2021, Desember). *Tren Produk Kecantikan di Indonesia Tahun 2022*. Retrieved from GoodNews from Indonesia: <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/12/28/mengintip-tren-produk-kecantikan-di-indonesia-tahun-2021>
- Aldoko, D., Suharyono & Yuliyanto, E. 2016. “Pengaruh Green marketing terhadap Citra Merek dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi 2012/2013 Universitas Brawijaya yang Melakukan Pembelian terhadap Produk Tupperware)” *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 40, No. 2, Hal: 17-23.
- Caruana, A and Msida. 2015. Service Loyalty: The Effects of Service Quality and The Mediating Role of Customer Satisfaction. *European Journal of Marketing*, 37(7–8), 811–828.
- Daryanto, 2011. *Manajemen Pemasaran*. Cetekan 1. Bandung : Satu Nusa.
- Dehghani, M., Niaki, M. K., Ramezani, I., & Sali, R. (2017). Evaluating the influence of YouTube advertising for attraction of young customers. *Computers in Human Behavior*, 59, 165–172. doi:10.1016/j.chb.2016.01.037
- Eze, J., Umeora, O., Obuna, A., et al. (2012) Cervical Cancer Awareness and Cervical Screening Uptake at the Mater Misericordiae Hospital, Afikpo, Southeast Nigeria. *Annals of African Medicine*, 11, 238-243. <http://dx.doi.org/10.4103/1596-3519.102856>
- Fatmawati Nurul., Soliha, Euis. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “HONDA”. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan Tahun 10 ,no 1*. <https://e-journal.unair.ac.id/JMTT/article/view/5134/3288>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan. Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Foster, B. (2016) Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product “Amidis” (Case Study on Bintang Trading Company), *American Research Journal*, Vol. 2, No. 1, Hal. 1-11.
- Handoko, T. Hani. (2010). *Manajemen Personalia & Sumber daya Manusia*. BPFY-Yogyakarta.
- Hasian, A. G., & Pramuditha, C. A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Samsung di Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*.

- Irvan, I., & Erdiansyah, R. (2022). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Sepeda. *Prologia, Vol. 6, No. 2, Oktober 2022, Hal 222-228.*
- Kotler dan Keller. (2012), Manajemen Pemasaran, Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016: Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kytö, E., Virtanen, M., & Mustonen, S. (2019). From intention to action: Predicting purchase behavior with consumers' product expectations and perceptions, and their individual properties. *Food Quality and Preference, 75, 1–9.* <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2019.02.002>
- Nofiauwaty, Nofiauwaty, and Beli Yuliandi. "Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Outlet Nyenyek Palembang." *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, vol. 12, no. 1, 2014, pp. 55-73, doi:[10.29259/jmbs.v12i1.3141](https://doi.org/10.29259/jmbs.v12i1.3141).
- Oscar, Y., & Keni, K. (2019). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga, Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 20. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i1.3300>
- Priansa, D. 2017. Manajemen Pelayanan Prima. Bandung: Alfabeta.
- Peter dan Olson. (2013). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Pasha, A. R. (2022). *10 Brand Make Up Lokal Berkualitas yang Wajib dipunyai Millenial*. Retrieved from cermati: <https://www.cermati.com/artikel/10-brand-make-up-lokal-berkualitas-yang-wajib-dipunyai-millenial>
- Putri, S. H. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare MS Glow. *Skripsi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.*
- Putri, W., & Harti. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Produk Scarlett. *DIMENSI, Volume 11 Nomor 2 : 346-363.*
- Rangkuti, Freddy. 2014. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2018. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Rahmadani, S. (2017). Pengaruh Brand Loyalty, Brand Association, Brand Awareness, dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Go-Jek. *Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.*
- Rahmayani, M. (2020) Pengaruh Experiential Marketing, Brand Image, Brand Trust Terhadap Brand Loyalty (Studi Pada Pengguna Mobil Toyota Avanza Di Kota Jepara). Skripsi Thesis, UNISNU Jepara.
- Riduwan.(2010).Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika,Cetakan 2,Alfabeta.

- Rosita, D. (2018). Persepsi Masyarakat Kota Bandung Mengenai Label Halal Produk Wardah Kosmetik. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- Septiana, A. A. (2021). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH (Studi Kasus Konsumen Toko Top Kosmetik Desa Kalangan Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung). Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Satu Tulungagung.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L., L. 2018. Perilaku Konsumen, Edisi 7. Alih Bahasa: Zoelkifli. Jakarta : Indeks.
- Silva dan Alwi, 2018, Online Corporate Brand Image, Stasifaction, and Loyalty. Journal of Brand Management Vol. 16
- Sumiati, Rosita, N. H., & Yulianti, I. (2016). Brand dalam Implikasi Bisnis. Malang: UB Press.
- Sumarwan, Ujang. 2015. Perilaku Konsumen Teori Penerapannya Dalam. Pemasaran Edisi Kedua. Cetakan Ketiga. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, Ujang. 2016. Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Jakarta: PT Ghalia Indonesia
- Sunyoto, Danang. 2014. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus). Cetakan ke-1. Yogyakarta: CAPS
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Suwarsih, N., Gunawan, T., & Istiharini. (2021). Pengaruh Media Sosial Terhadap Citra Merek Influence of Social Media on Brand Image. Journal of Economic, Business and Accounting, 4(2), 712–730.
- Terry, George R dan Leslie W. Rue. 2014. Dasar-Dasar Manajemen, penerjemah G.A Ticoalu. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Tjiptono, Fandy (2017), Strategi Pemasaran, Edisi 4, Yogyakarta: Andi.
- Widiasworo, Erwin. 2018. Cerdas Pengelolaan Kelas. Yogyakarta: DIVA Press.