

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Pustaka dari *Website* :

rukmana, I. D. (t.thn.). *10 Top Brand Produk Sunscreen Lokal Terlaris, Tidak Takut Matahari Lagi!* Diambil kembali dari [compas.co.id: https://compas.co.id/article/10-top-brand-sunscreen-lokal-terlaris-2022/](https://compas.co.id/article/10-top-brand-sunscreen-lokal-terlaris-2022/)

Emina Cosmetics. (2021, Juli 5). *Sunscreen untuk Remaja dari Emina, Lindungi Kulit dari Sinar Matahari.* Diambil kembali dari [eminacosmetics.com: https://www.eminacosmetics.com/sunscreen-untuk-remaja-dari-emina-lindungi-kulit-dari-sinar-matahari](https://www.eminacosmetics.com/sunscreen-untuk-remaja-dari-emina-lindungi-kulit-dari-sinar-matahari)

Female Daily. (2024). *MEMBER'S REVIEW #FakeFree and Authentic.* Diambil kembali dari [femaledaily.com: https://reviews.femaledaily.com/](https://reviews.femaledaily.com/)

Pressrelease. (2019, December 6). *Guardian Top Stars 2019 Award, Inilah Deretan Merek Favorit Pelanggan.* Diambil kembali dari [Pressrelease.id: https://pressrelease.kontan.co.id/release/guardian-top-stars-2019-award-inilah-deretan-merek-favorit-pelanggan?page=all](https://pressrelease.kontan.co.id/release/guardian-top-stars-2019-award-inilah-deretan-merek-favorit-pelanggan?page=all)

Daftar Pustaka dari *Jurnal* :

Agustina, D. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Etnosentris Terhadap keputusan Pembelian Produk Emina* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).

Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). Hubungan konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi. *Jurnal psikologi*, 11(1), 5-11.

Harahap, A. T. M., Pradekso, T., & Santosa, H. P. (2021). Hubungan Terpaan Iklan Youtube dan Terpaan Influencer Marketing di Instagram pada Kampanye# EminaBeautyBestie dengan Keputusan Pembelian Rangkaian Produk Emina Bright Stuff Series. *Interaksi Online*, 9(3), 14-26.

Harina_11. BAB II Tinjauan Pustaka.
Agustina, D. (2019). *UNIKOM_DIANA AGUSTINA_BAB I*, 1-19. Ismail. (2010). 1-8.

Lidyawati, L. (2022). *Repository STEI*, 6-25.
University, B. (2018). *Landasan perancangan tinjauan teori*, 3-17. Harina,
S. (2019). BAB II Tinjauan Pustaka. *UNIKOM_Suci*

Mengenai Sunscreen dan Bahaya Paparan Sinar Matahari Serta Perilaku Mahasiswa Teknik Sipil Terhadap Penggunaan Sunscreen. *Jurnal Farmasi Komunitas Vol. 7, No. 2, (2020) 63-68, 7, 63- 68.*

Mulawarti, N., Setyariningsih, E., & Utami, B. (2022). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina Kosmetik (Studi Kasus di Wiayah Mojokerto)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Majapahit

Muthmainnah, L., & Yusup, N. R. (2023). *Perancangan Strategi Kreatif Konten Visual Sosial Media Situ Cileunca Pangalengan Kab. Bandung.*

Nurhayaty, M. (2022). Strategi mix marketing (product, price, place, promotion, eople, process, physical evidence) 7p di pd rasa galendo kabupaten ciamis. *Jurnal Media Teknologi, 8(2)*, 119-127.

Pamela, A. W. (2021). Interpretasi Makna Menggunakan Teori Semiotika Pada Karya Desain Undangan Pernikahan Kelas Menengah untuk Pendidikan Seni dan Desain. *Jurnal Penelitian Pendidikan, 21(3)*, 46-57.

Prabowo, Y. F. (2018). Strategi Pemasaran PT Telekomunika Anugerah Mandiri Sebagai Distributor Smartfren Untuk Meningkatkan Target Penjualan.

Prameswari, A. S. (2019). Strategi Brand Activation Untuk Meningkatkan Brand Awareness (Studi Kasus Event Dextone Goes To School Di Sekolah Dasar Negeri 13 Jakarta Utara). 23-35.

Edlia Fadilah Mumtazah, S. S. (2020). PENGETAHUAN

Daftar Pustaka dari Buku :

Sudrajat, E. (2023). *Branding Di Era 5.0: Ide-Ide Untuk Meningkatkan Kesadaran Merek Dengan Cara Sederhana, Murah, dan Tepat Sasaran*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia .

Soewardikoen, D. W. (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Kanisius.