

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, F. N., Mursito, B., & Widayanti, R. (2019). *Analisis Citra Merek, Periklanan, Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Uniba Surakarta*. 03(02), 462–469.
- Anggie, H. (2020). Ade Fitrie Kirana Ungkap Rahasia Kesehatan Kulit Wajah, Seperti Apa? *Liputan6.Com*.  
<https://www.liputan6.com/showbiz/read/4290847/ade-fitrie-kirana-ungkap-rahasia-kesehatan-kulit-wajah-seperti-apa>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2007). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Cooper, D. R., & Emory, W. C. (1997). *Metode Penelitian Bisnis*. Erlangga.
- Fitriana, Sudodo, Y., & Hakim, L. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame*. 2(1).
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. (1993). *Metodologi Research*. Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi Universitas Gajah Mada.
- Intan, K., & Husaini, A. (2019). *Pasar Produk Perawatan Kulit Punya Potensi Berkembang*. Kontan.Co.Id. <https://industri.kontan.co.id/news/pasar-produk-perawatan-kulit-punya-potensi-berkembang>
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. Prentice Hall International.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2007). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). PT Indeks Kelompok GRAMEDIA.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Prentice Hall, Inc.
- Li, X. G., Wang, X., & Cai, Y. J. (2011). Corporate, Product, and User-Image Dimensions and Purchase Intentions: The Mediating Role of Cognitive and Affective Attitudes. *Journal of Computers*, 6(9), 1875–1879.

<https://doi.org/10.4304/jcp.6.9.1875-1879>

- Marisa, O., & Rowena, J. (2019). *Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Produk High End Make Up and Skin Care pada Generasi Millennial Jakarta*. 7(2), 161–170.
- Pond's Men Diluncurkan Pertama Kali di Indonesia*. (2013). Detik.Com. <https://wolipop.detik.com/makeup-and-skincare/d-2270650/ponds-men-diluncurkan-pertama-kali-di-indonesia>
- Rizki, S. P., & Mudiantono. (2016). *Analisis Pengaruh Brand Ambassador , Kualitas Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian*. 5, 1–12.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2000). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). Indeks.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behaviour (Perilaku Konsumen)* (7th ed.). PT Indeks.
- Setiadi, N. J. (2008). *Perilaku Konsumen*. Kencana.
- Singarimbun, M. (2006). *Metode Penelitian Survei*. LP3ES.
- Sofyan, I. (2015). *Manajemen Strategi: Teknik Penyusunan serta Penerapannya untuk Pemerintah dan Usaha*. Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Administrasi (Dilengkapi dengan Metode R&D)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2004). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Talopod, R. V., & Mukuan, D. D. S. (2020). *Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Skincare dan Kosmetik the Body Shop Manado Town Square*. 1(3), 251–255.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi.
- Tjiptono, F. (2012). *Ekonomi Pemasaran*. CV Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Andi.
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa*. Indeks.