

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity*. New York: The Free Press.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2005). Ajzen-2005-attitudes-personality-and-behaviour-2nd-ed-open-university-press.pdf. In *International Journal of Strategic Innovative Marketing*.
- Andikarini, D. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah Berdasarkan Karakteristik Demografis di Yogyakarta*. Universitas Sanata Dharma.
- Anggraini, E. I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pembeli yang juga Menggunakan Kosmetik Wardah di Counter Wardah Matahari Department Store Malang Town Square). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 73(1).
- Biel, A. L. (1992). How brand image drives brand equity. *Journal of Advertising Research*, 32 (6), 6–12.
- Cooper, D. R. and Emory, C. W. (1996). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Fox, K. F., & Kotler, P. (1980). The marketing of social causes: the first 10 years. *Journal of Marketing*. <https://doi.org/10.2307/1251226>
- Ghaizani, A., Pangestuti, E., & Devita, L. D. R. (2018). PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN TERHADAP BRAND IMAGE DAN DAMPAKNYA BAGI KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Online Pada Konsumen Skin Care Etude House di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 58(2), 110–118.
- Ghozali, I. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, Ipa A., dan Wahyu, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah Mustika Ratu (Studi Kasus pada Konsumen Kec. Tembalang Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Industry.co.id. (2019). *Mustika Ratu Dukung Tingkatkan Investasi dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. <https://m.industry.co.id/amp/read/56682/mustika-ratu-dukung-tingkatkan-investasi-dan-pertumbuhan-ekonomi-indonesia>
- Inilah Koran. (2018). *Bisnis Perawatan Kulit Korea Kuasai Pasar Global*.

Www.Inilahkoran.Com.

<http://www.inilahkoran.com/berita/ekonomi/76431/bisnis-perawatan-kulit-korea-kuasai-pasar-global>

- Keller, K. . (2008). *Strategic Brand Management*. Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall.
- Kemenperin. (2018). *Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%*.
<https://kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20>
- KOMPAS.com. (2019). *Strategi Mustika Ratu Hadapi Dinamika Industri Kosmetik*. <https://money.kompas.com/read/2019/07/09/111400926/strategi-mustika-ratu-hadapi-dinamika-industri-kosmetik>
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1, Diterjemahkan oleh Bob Sabran* (pp. 1–440). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran. Edisi kesebelas* (Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia (ed.)).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing management (13th ed.)*. In *Prentice Hall*.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran; Edisi Millenium, Jilid 1*. Prenhalindo.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran, Edisi 11 jilid 1. Jakarta: PT. Indeks*.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Mangement*. In *Pearson Edition Limited*.
- Low, G. S., & Lamb, C. W. (2000). The measurement and dimensionality of brand associations. *Journal of Product & Brand Management*, 9(6), 350–370. <https://doi.org/10.1108/10610420010356966>
- Mahendra, M., & Sri Ardani, I. (2015). Pengaruh Umur, Pendidikan Dan Pendapatan Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik the Body Shop Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(2), 254813.
- Musay, F. P. (2013). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*.
- Mustika Ratu. (2019). *Laporan Tahunan Mustika Ratu*. www.mustika-ratu.co.id
- Schiffman & Kanuk. (2000). *Consumen Behaviour. 7th Ed*. New Jersey: Prentice

Hall.

- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku Konsumen Edisi Kedua*. In *PT. Indeks Gramedia*.
- Setiadi, J. N. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Prenada Media.
- Solomon, M. R. (2012). *Consumer Behavior: Buying, Having, Being*. In *Consumer behavior*.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *METODE PENELITIAN BISNIS (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta. <https://doi.org/10.3354/dao02420>
- Sulistyawati, P. (2011). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer di Kota Semarang. *Manajemen*, 1–25.
- Swastha, B. (2002). *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan kedelapan*. Liberty.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Bisnis, Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Andi.
- Widiyarti, Y. (2019, July 19). Alasan Kosmetik Impor Lebih Digemari di Indonesia. *Tempo*. <https://cantik.tempo.co/read/1226426/alasan-kosmetik-impor-lebih-digemari-di-indonesia>
- Widjaja, B. T. (2008). *Lifestyle Marketing. PT. Gramedia Pustaka Utama*.