

DAFTAR PUSTAKA

- About Us. (n.d.). Diakses dari <https://missearch.co.id/pages/about-us/>.
- Adriyati, R. & Indriani, F. 2017. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap Citra Merek dan Minat Beli Pada Produk Kosmetik Wardah. *Diponegoro Journal of Management*. Vol. 6(4): 1 – 14.
- Avita Sari, N. & Pradekso, T. 2021. Hubungan Terpaan Iklan Mie Sedaap di Televisi dan Citra Merek dengan Minat Beli Produk Mie Sedaap. *Interaksi Online*. Vol. 9(1): 302 – 308.
- Azmi, N. (2021, April 26). Sudah Tahu Jenis Rambut Anda? Cari Tahu Disini!. Diakses dari <https://helohehat.com/penyakit-kulit/perawatan-rambut/mengenal-jenis-rambut/>.
- Belch, G. & Belch, M. 2003. *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective 6th Edition*. New York : The McGraw-Hill Companies.
- Bungin, B. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Dimara, G. (2018, Agustus 21). Dianggap Jadi Standa Kecantikan, Apakah Cantik Harus Berkulit Putih?. Diakses dari <https://kumparan.com/kumparanstyle/dianggap-jadi-standar-kecantikan-apakah-cantik-harus-berkulit-putih-1534844098145105859/full>.
- Dion, D. & Mazzalovo, G. 2016. Reviving Sleeping Beauty Brands by Rearticulating Brand Heritage. *Journal of Business Research*. Vol. 69(12): 5894-5900.
- Enyia, D. & Emelah, G. 2018. The Impact of Product Perception on Patronage of Made In Nigeria Goods. *International Journal of Economic and Business Review*. Vol. 6(6).
- Fernanda, *et al.* 2019. Color Therapy: Red Lipstick Meningkatkan *Self Acceptance* Mahasiswa Dalam Menghadapi *Beauty Norms*. *Jurnal Psikologi*. Vol. 8(1): 52-61.
- Fitriah, M. 2018. *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

- Gani, I. & Amalia, S. 2015. *Alat Analisis Data: Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang Ekonomi & Sosial*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Hati, *et al.* 2021. Perceptions of Nutritional Value, Sensory Appeal, and Price Influencing Customer Intention to Purchase Frozen Beef: Evidence from Indonesia. *Journal of Meat Science*. Vol. 172: 1- 9.
- Herliafifah, R. (2021, April 21). Apel, Pir, Persegi Panjang, Segitiga Terbaik, atau Jam Pasir: Mana Bentuk Tubuh Anda?. Diakses dari <https://hellowealth.com/wanita/penyakit-wanita/bentuk-tubuh-wanita/>.
- Hutomo, S. 1993. *Cerita Ketrung Sarahwulan di Tuban*. Jakarta: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa.
- Indradjaja, A. 2017. Ideal Perception of Javanese Women during Hindu-Buddhist Period: Reflection on the Statues of Women. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Arkeologi*. Vol. 6(2): 105-116.
- Irfan, J., Manurung, S. & Satriawan, B. 2016. *Mengolah Data Penelitian Bisnis dengan SPSS*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Kameo, Y. (2017, September 6). 5 Tipe Kepribadian Berdasarkan Bentuk Alis, Kamu Yang Mana?. Diakses dari <https://www.idntimes.com/life/women/yositho-kameo/kepribadian-berdasar-alis-c1c2/5>.
- Keller, K., L. 1993. Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing*. Vol. 57(1): 1-22.
- Khalid, *et al.* 2018. Cosmetics For Modern Consumer: The Impact of Self-Congruity on Purchase Intention. *International Journal of Asian Social Science*. Vol. 8(1): 34 – 41.
- Konsep kecantikan wanita timur selalu berlandaskan pada filosofi "Rupasampat Wahyabiantara". (n.d.). Diakses dari <https://www.sariayu.com/tentang-sariayu>.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kumar, *et al.* 2009. Indian Consumers' Purchase Intention Toward a United States Versus Local Brand. *Journal of Business Research*. Vol. 62(5): 521 – 527.
- Levitt, T.(1965, November). Exploit Product Life Cycle. Diakses dari <https://hbr.org/1965/11/exploit-the-product-life-cycle>.

- Linning, S. (2017, Oktober 4). The Most Desirable Face Shape Revealed: Women Want A 'Diamond' Structure Like Megan Fox (And Not 'Round' Like The Duchess of Cambridge). Diakses dari <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-4947180/The-desirable-face-shape-revealed.html>.
- Madevi, *et al.* 2019. Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Citra Merek dan Minat Beli (Survei Online Pada Pengikut Akun Instagram @safiindonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 7(1): 20 – 29.
- Mahadi, A. & Dhewanto, W. 2019. Innovations for Declining Product to Extend Product Life Cycle (Case of TE1X International Call Service Vinci). *European Journal of Business and Management Research*. Vol. 4(3): 1 – 9.
- Manoppo, V. 2014. The Customers' Perception Toward Marketing Mix Of Hypermart, Multi Mart, And Freshmart Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 2(4): 613 – 620.
- Manzilati, Asfi. 2017. *Metedologi Penelitian Kualitatif : Paradigma, Metode, dan Aplikasi*. Malang: UB Media.
- Mengenal Model Rambut Ikal Berdasarkan Tingkat Keikalannya. (n.d.). Diakses dari <https://www.tresemme.com/id/caranya/mengenal-model-rambut-ikal-berdasarkan-tingkat-keikalannya.html>.
- Mengetahui Kepribadian Seseorang dari Bentuk Bibir. (2018, Desember 12). Diakses dari <https://kumparan.com/lifehack/mengetahui-kepribadian-seseorang-dari-bentuk-bibir-1q5aRi0WPv4/full>.
- Menon, A. 2019. Cultural gatekeeping in cosmetic surgery: Transnational beauty ideals in multicultural Malaysia. *Journal Poetics*. Vol. 75(4): 1-11
- Mirabi, *et al.* 2015. A Study of Factors Affecting on Customers Purchase Intention. *Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology (JMEST)*. Vol. 2(1): 267-273.
- Miss Earth Indonesia 2019. (2019, Agustus 28). Diakses dari <https://mediaindonesia.com/read/detail/255800-miss-earth-indonesia-2019>.
- Miss Indonesia. (n.d.). Diakses dari http://fashion.sariayu.com/fashion/miss_indonesia.

- Mitos Superior dan Mental Inlander. (2008, Mei 4). Diakses dari <https://nasional.kompas.com/read/2008/05/04/01554311/mitos.superior.dan.mental.inlander>.
- Mitra, S. & Jenemani, M. 2020. OBIM: A Computational Model to Estimate Brand Image From Online Consumer Review. *Journal of Business Research*. Vol. (114): 213-226.
- Movanita, A. (2021, Februari 17). Di Tengah Pandemi Covid-19. Industri Kosmetik Mampu Tumbuh Signifikan. Diakses dari <https://money.kompas.com/read/2021/02/17/160426226/di-tengah-pandemi-covid-19-industri-kosmetik-mampu-tumbuh-signifikan>.
- Nikmah, K. & Liana, C. 2016. Perubahan Konsep Kecantikan Menurut Iklan Kosmetik Di Majalah Femina Tahun 1977 – 1995. *Journal Pendidikan Sejarah*. Vol. 4(1): 167-180.
- O’Cass, A. & Lim, K. 2002. The Influence of Brand Associations on Brand Preference and Purchase Intentions. *Journal of International Consumer Marketing*. Vol. 4(2-3): 41 – 71.
- O’Connor, *et al.* 2017. Perceptions of “Natural” and “Additive-Free” Cigarettes and Intentions to Purchase. *Sage Publications, Inc.* Vol. 44(2): 222-226.
- Pasaribu, E., A., dkk. 2020. *Belajar Statistika : Siapa Takut dengan SPSS*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Percy, Lary. 2018. *Strategic Integrated Marketing Communications*. New York: Routledge.
- Peter, P. & Olson, J. 2010. *Consumer Behaviour & Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill/ Irwin.
- Prasad, *et al.* 2019. A Comparative Study of Product Life Cycle and Its Marketing Applications. *Journal of Marketing and Consumer Research*. Vol. (63): 62 – 69.
- Pratiwi, Y. (2019, Desember 15). Tren Kecantikan 2020 dari Korea, Ginseng dan 2 Bahan Ini Jadi Favorit. Diakses dari

<https://cantik.tempco.co/read/1283889/tren-kecantikan-2020-dari-korea-ginseng-dan-2-bahan-ini-jadi-favorit/full&view=ok>.

- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RD*. Bandung: Alfabeta.
- Sutantio, M. 2004. Studi Mengenai Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi (Studi Kasis Produk Merk Sharp di Surabaya). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Vol. 3(3): 243-266.
- Tih, S. & Lee, K. 2013. Perceptions and Predictors of Consumers' Purchase Intentions for Store Brands: Evidence from Malaysia. *Asian Journal of Business and Accounting*. Vol. 6(2): 105-136.
- Tilaar, M. 1999. *Kecantikan Perempuan Timur*. Magelang: Indonesia Tera.
- Vermeir, I. & Sompel, D. 2013. Assessing the What Is Beautiful Is Good Stereotype and the Influence of Moderately Attractive and Less Attractive Advertising Models on Self-Perception, Ad Attitudes, and Purchase Intentions of 8–13-Year-Old Children. *Springer Science*. Vol. (37): 205 – 233.
- Widianti, N. (2019, Mei 14). Mengenal 6 Jenis Kulit ala Fitzpatrick. Anda Termasuk dalam Tipe yang Mana, Nih?. Diakses dari <https://journal.sociolla.com/beauty/jenis-kulit-ala-fitzpatrick>.
- Wisnubrata. (2017, Juni 14). Apa Definisi Perempuan Cantik?. Diakses dari <https://lifestyle.kompas.com/read/2017/06/14/135648020/apa.definisi.perempuan.cantik>.
- Wolf, N. 2002. *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women*. New York: Morrow.
- Worotitjan, H. 2014. Konstruksi Kecantikan Dalam Iklan Kosmetik Wardah. *Jurnal Komunikasi*. Vol. 2(2): 1-10
- Yulianto, V. & Adlin, A. 2007. *Pesona "Barat" : Analisa Kritis - Historis Tentang Kesadaran Warna Kulit Indonesia*. Yogyakarta: Jalasutra.