

DAFTAR PUSTAKA

- Adminlina. (2020, February). *Indonesia Pasar Potensial Produk Kosmetik*. Retrieved Maret 20, 2018, from Pelaku Bisnis: <https://pelakubisnis.com/2020/02/indonesia-pasar-potensial-produk-kosmetik/>
- Amilia, S., & Novianti, A. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Kanasha di Kota Langsa. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN, VOL.5, NO.1*, , 459.
- Amilia, S., & Nst, M. O. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN, VOL.6, NO.1*, , 662.
- Annisa, N. (2017). PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK SMARTPHONE SAMSUNG (Studi Pada PT Samsung Electronic Indonesia Cabang Pekanbaru) . *JOM FISIP Vol. 4 No. 2, 3*.
- Ardana, Y. A., & Rastini, N. M. (2018). PERAN CITRA MEREK MEMEDIASI PENGARUH E-WOM TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE SAMSUNG DI KOTA DENPASAR. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 11,*, 5905.
- Arfilindo, H., & Wahyuni, S. (2014). PENGARUH AKTIVITAS BELAJAR DAN KEMANDIRIAN DALAM MENGERJAKAN TUGAS TERHADAP HASIL BELAJAR SISWA EKONOMI KELAS XI DI SMA SEMEN PADANG. *Journal of Economic and Economic Education Vol.3 No.1*, 90.
- Budiman, V., Loisa, R., & Pandrianto, N. (2018). Peran Brand Ambassador Pada Iklan Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Iklan Youtube LG G7 Thinq BTS). *Prologia Vol. 2, No. 2,* , 551.
- Daily, I. (2018, Maret 20). *Kementrian Perindustrian Republik Indonesia*. Retrieved Maret 7, 2021, from Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%: <https://kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20>

- E. DESI ARISTA, S. R. (2011). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. *Aset, Vol. 13 No. 1*, hal. 37-45.
- Endro Arifin, A. F. (2015). PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN BAN ACHILLES DI JAKARTA SELATAN . *Jurnal MIX, Volume V, No. 1*, 124-143.
- Faradiba, & Astuti, S. R. (2013). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN (Studi pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT Volume 2, Nomor 3, 2*.
- Fauziah, N., & Mubarak, D. A. (2019). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI : STUDI PADA PRODUK KECANTIKAN . *Journal IMAGE Volume 8, Number 1*, 40.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Semarang: BP UNDIP.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Ed. 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariani. (2013). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Gas LPG Di Desa Rambah Utama*. Riau: Universitas Pasir Pengaraian.
- Hermanto, & Saputra, R. (2019). PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK SMARTPHONE XIAOMI (Studi Kasus di Jakarta Barat). *Business Management Journal Vol. 15 (No. 1)*, 3.
- Hermawan, H. (2015). ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN, KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN DALAM PEMBELIAN ROTI CERIA DI JEMBER. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia Vol. 1 No. 2*, 148.
- Maghfiroh, A., Arifin, Z., & Sunarti. (2016). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PEMBELIAN (SURVEI PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BINIS TAHUN ANGKATAN 2013/2014 FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI UNIVERSITAS BRAWIJAYA MALANG

- PEMBELI INDOSAT OOREDOO). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 40 No.1*, 134-135.
- Maimun Ahmad, T. M. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado . *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 10. No. 1*, hal. 25 -31.
- Marlius, D. (2016). PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENABUNG PADA BANK NAGARI CABANG MUARALABUH. *Jurmak, Vol.03. No. 01* , 14.
- Murray, H. A. (1938). *Explorations in Personality*. New York: Oxford University Press.
- Nafali, M., & Soepeno, D. (2016). ANALISIS PENGARUH FAKTOR-FAKTOR PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN MIE INSTANMEREK INDOMIE. *Jurnal EMBA Vol.4 No.4*, 985.
- Prasetya, N., Santoso, A., & Wahyuni, S. (2019). PENGARUH CORPORATE IMAGE DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI PRODUK PADA MADANI SKINCARE KEDIRI. *JIMEK – Volume 2 Nomor 2*, 255.
- Pratiwi, M. S., Suwendra, I. W., & Yulianthini, N. N. (2014). PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, CITRA PRODUK DAN CITRA PEMAKAI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FOREMOST PADA DISTRO RUBY SOHO DI SINGARAJA. *e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen Volume 2*, 4.
- Putro, R. Y., & Kamal, M. (2013). Analisis Pengaruh Brand Reputation, Brand Competence, dan Brand Liking Terhadap Trust In Brand Pada Konsumen Windows Phone Nokia di Surabaya. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT Volume 2, Nomor 3*, 2.
- Rahayu, R. P., & Alfian, N. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA PT. ALMUNA TOUR AND TRAVEL BUGIH PAMEKASAN. *AKTIVA Jurnal Akuntansi dan Investasi, Vol 5, No 1*, 169.
- Randi. (2016). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PADA MAKANAN FAST FOOD AYAM GORENG (Studi Pada Konsumen Texas Chicken Pekanbaru). *JOM FISIP Vol. 3 No. 2*, 4.

- Salmah, N. N. (2015). PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIKA SARI AYU PADA TOKO LA TAHZAN PALEMBANG. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol. 12, No.1, 2.
- Santoso, L. V. (2018). ANALISIS PENGARUH PRICE, OVERALL SATISFACTION, DAN TRUST TERHADAP INTENTION TO RETURN PADA ONLINE STORE LAZADA. *No. Agora : Volume 6. No : 1, 3*.
- Soegiarto, K. P., & Masreviastuti. (2019). PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ALFABETA MART MALANG. *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis Volume:5 Nomor:1*, 91.
- Sri Indriyani Lahay, T. W. (2020). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PRODUK PEMBALUT WANITA MEREK SOFTEX (STUDI KASUS PADA KALANGAN MAHASISWI JURUSAN MANAJEMEN UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO). *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BISNIS JAMBURA: Vol 3. No 2*, hal. 45 - 54.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta .
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Wiratnaya, I. N. (2014). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI WISATAWAN PADA KOMANEKA RESORTS & SPA GROUP DI KAWASAN PARIWISATA UBUD, GIANYAR . *Jurnal Ilmiah Hospitality Management Vol. 4 No. 2*, hal. 133-150.
- Yunaida, E. (2017). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN, VOL.6, NO. 2* , 801.