

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Hediana dan Achmad Sanusi. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung. Cv. Pustaka Setia.
- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*. Riau: Zanafa Publishing.
- Alfitri Zukhrufani dan Muhammad Zakiy. 2019. *The Effect Of Beauty Influencer, Lifestyle, Brand Image And Halal Labelization Towards Halal Cosmetics Purchasing Decisions*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol 5, No 2. Diakses pada 22 November 2020
- Angeline Reres dan Rotinsulu Jopie Jorie. 2015. *The Effect The Price, Promotion, Location, Brand Image and Quality Product Towards The Purchase Decision Of Consumer At Gaoel Cosmetics Manado Town Square*. *Jurnal Riset Ekonomi*, Vol 2, No 2. Diakses pada 22 November 2020.
- Annisa Ristanti dan Sri Setyo Iriani. 2020. Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di Surabaya, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol 8, No 3. Diakses pada 5 Agustus 2020
- Buchari Alma. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, CV Alfabeta, Bandung.
- Cand Suhardi, 2018. *Pengantar Manajemen dan Aplikasinya*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Del l. Hawkins Roger J. Best Kenneth A. Conney. 2015. *Consumer Behavior, Building Marketing Strategy*, 8<sup>th</sup> Edition Mc Graw-Hill Company.
- Djaslim Saladin. 2016. *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*, Cetakan keempat. Linda Karya. Bandung .
- Elvina Marsha Devita dan M. Y. Dwi Hayu Agustini. 2019. *Country Of Origin And Brand Image On Purchase Decision Of South Korean Cosmetic Etude House*, *Journal of Management and Business Environment*, Vol 2, Issue 1. Diakses pada 22 November 2020
- Emina Cosmetics. 2021. *Logo Emina Cosmetics*. [online] Tersedia di <
- Erni, dan Kurniawan. 2017. *Pengantar Manajemen*, Edisi 1. Kencana-Jakarta.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi. Yogyakarta.

- Goyette, I., Richard, L., Bergeron, J., dan Marticotte, F. 2010. e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context, *Canadian Journal of Administrative Science*, 27(1),5-23
- Hastono. 2019. Pengaruh Citra Merek Kosmetik Maybelline Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Carefour Cabang Tangerang City, *Jurnal Ekonomi Efektif*, Vol 1, No 2. Diakses pada 5 Agustus 2020
- Henry Aspan, Iskandar Muda Sipayung dkk. 2017. *The Effect of Halal Label, Halal Awareness, Product Price, and Brand Image to the Purchasing Decision on Cosmetics Products (Case Study on Consumers of Sari Ayu Marta Tilaar in Binjai City)*. *International Journal of Global Sustainability*, Vol 1, No1. Diakses pada 22 November 2020
- Hikmah, Didin Perkasa, Indri Astiana, Vely Randyantini, dan Evelina Andriani M. 2020. *The Effect of Electronic Word of Mouth, Product Quality, and Price on Purchase Decisions*, *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science*, Vol 1, Issue 5, 2020. Diakses pada 10 Agustus 2020
- Ismagilova, E., Dwivedi, Y. K., Slade, E., dan Williams, M. D. 2017. *Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context (a State of The Art Analysis and Future Directions)*. UK : Springer.
- Kusuma Wardani dan Annie Susanto. 2020. *The Impact of Brand Image and Perceived Price on Imported Halal Skincare Purchase Decision : Study on Safi's Consumers in Central Java, Indonesia*. *International Journal of Science and Business*, Vol 4, Issue 10. Diakses pada November 2020
- Kotler dan Keller. 2016. *Marketing Management. Edition 15 Pearson Education Limited : United States*.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2016. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, terjemahan Bob Sabran. 2016. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 14 Jilid 1 dan 2, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1. Jakarta-Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2018. *Principle of Marketing*, 17e Global Edition, Pearson Education Limited, New York.

- Luh De Ayuningrum Ratna Pratiwi. 2018. Pengaruh Citra Merek dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah *Exclusive Matte Lipcream*, Jurnal Ilmu Manajemen (JIM) Vol 7, No 2. Diakses pada 22 November 2020
- Lupioyadi, 2014. Manajemen Pemasaran Jasa, CV Salemba Empat, Edisi 3 Jakarta.
- Malayu S. P, Hasibuan. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta : Penerbit PT. Bumi Aksara.
- Nadira Noor Utami dan Genoveva Genoveva. 2020. *The Influence of Brand Image, Halal Label and Halal Awareness on Customers Purchasing Decision of Halal Cosmetic*. Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis, Vol 4, No 2. Diakses pada 22 November 2020
- Nidia Sri Cahyani dan S L. H. V. J LAVian dan Johan Tumiwa. 2017. *The Effect Of Brand Image, Perceived Price And Quality On Consumers' Purchase Decision Of Pond's Skincare Product*. Journal of Economis Research, Management, Business and Accounting Vol 5, Issue 2, 2017
- Nurul Imani Kurniawati. 2020. *Analysis of The Influence of Word of Mouth and Brand Image on The Purchase Decision to Purchase Cosmetics Makeover Products in Semarang*. Economics, Management and Sustainability, Vol 5, No 2. Diakses pada 22 November 2020
- Pandi Afandi. 2018. Manajemen Sumber Daya Manusia : Teori, Konsep, dan Indikator. Zata Publishing. Yogyakarta.
- Puspa Dewi Yulianty dan Agisty Mauludy. 2019. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Varian Bedak, Jurnal Manajemen dan Akuntansi Vol 14, No 2. Diakses pada 5 Agustus 2020
- Putri Ayuniah. 2017. Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol 22, No 3. Diakses pada 22 November 2020
- Rizky Annisa Siswandi. 2019. Pengaruh *Celebrity Endorser, Korean Wave, Brand Image*, dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Brand Hiuse Muslimah (Kasus pada Konsumen Produk Kosmetik Korea Selatan Nature Republic di Kota Surabaya), Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol 8, No, 9. Diakses pada 5 Agustus 2020
- Rizky Desty Wulandari dan Donant Alananto Iskandar. 2018. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada produk

- Kosmetik, Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis, Vol 3, No1. Diakses pada 5 Agustus 2020
- Rohimah R. A. E. P Apriliani. 2019. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Qween Cosmetics Wonosobo), Jurnal of Economic, Business and Engineering, Vol 1, No 1. Diakses pada 5 Agustus 2020
- Siti Nur Syamsiah, Fauzan Muttaqien dan M Ato'illah. 2018. Analisis Pengaruh *Brand Image*, *Brand Awareness* dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Toko SJ Temeh Lumajang, *JOBMAN : Journal Of Organiation and Bussines Management*, Vol 1 No 1. Diakses pada 5 Agustus 2020
- Sofjan Assauri. 2018. Manajemen Pemasaran. Cv. Rajawali Pers, Bandung.
- Solomon, Michael. R. 2015. *Consumer Behaviour: Buying, Having and Being*. New Jersey:Pearson Edication, Inc.
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyoni. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Cetakan Ke-25, Alfabeta, Bandung.
- Thahjono Djatmiko. 2016. *Brand Image And Product Price : It's Impact For Creature Purchasing Decision*. Social And Behavioral Sciences, Vol 219. Diakses pada 22 November 2020
- Yolla Mulia Ilhawa May Sudarita dan Danang Tandyonomanu. 2020. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Survey Followers Aktif Akun @jelitacosmetics), Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 3, No 1, 2020. Diakses pada 5 Agustus 2020
- Yuliana Eka Siswanty dan Apriatni Endang Prihatini. 2019. Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar, Sumber : Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 9, No 3. Diakses pada 5 Agustus 2020
- We Are Social. 2019. *Grafik Penggunaan Sosial Media 2019*. [online] Tersedia di <<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>> Diakses pada 10 Juni 2020

We Are Social. 2019. *Grafik Platform Media Sosial Paling Aktif 2019*. [online] Tersedia di <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>> Diakses pada 10 Juni 2020

Zahra Nabilah, Rahmat Hidayah. 2017. *The Influence Of Brand Image On Purchase Decision Garnier Cosmetic In Bandung City*. Journal Faculty Of Communication And Business, Vol 3, No2. Diakses pada 22 November 2020