

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. (2021). *Metode penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Azwar. (2022). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, B. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Press.
- Compas. (2021). Salah Satu Brand Favorit Millennial, Angka Penjualan Emina Tembus Rp 4,5 Miliar. Retrieved February 11, 2024, from Compas.co website: <https://compas.co.id/article/data-penjualan-emina/>
- Compas. (2022). 10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace. Retrieved January 1, 2024, from Compas.co website: <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>
- Davidson, Gounaris, S., & Stathakopoulos, V. (2019). Antecedents and consequences of brand loyalty: An empirical study. *The Journal of Brand Management*, 11(4), 283–306. <https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2540174>
- Deliana. (2019). *Pengaruh Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Yamaha Fino Pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cab. Pallangga*. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Fajar, M. K. (2019). Brand Image dan Perceived Quality Terhadap Kepuasan dan Loyalitas. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1–8.
- Fithri, A. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador dan Product Quality terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic (Studi Kasus pada Pemakai Produk Nature Republic di Kota Pekanbaru)*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Ferrinadewi, E., & Rukismono, M. (2020). Faktor yang Dipertimbangkan Buyer dalam Keputusan Pembelian Hasil Laut Olahan Produksi Indonesia. *Business and Finance Journal*, 3(2), 77–84.
- Ghozali, I. (2020). *Partial Least Square, Konsep Teknik, dan Aplikasi menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Ponogoro.
- Gumiwang, R. (2019). Di Balik Tren Masuknya Para Artis ke Industri Kosmetik. Retrieved

February 11, 2024, from Tirto.id website: <https://tirto.id/di-balik-tren-masuknya-para-artis-ke-industri-kosmetik-ecFW>

Hasan. (2020). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Jakarta: PT Buku Seru.

Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2015). Arti Kata “Kosmetik.” Retrieved January 1, 2024, from Kamus Besar Bahasa Indonesia website: <https://kbbi.co.id/arti-kata/kosmetik>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Klaten: PT Macanan Jaya Cemerlang.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson education Inc.

Kresnajati. (2019). *Marketing An Introduction* (14th ed.). England: Pearson Education Limited.

Laoli. (2021). *Brand image dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian*. Jakarta: Sinar Publishing.

Margono. (2020). *ADR dan Arbitrase, Proses Pelembagaan dan Aspek Hukum*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Muhriadi, S. (2019). *Pengaruh Persepsi Harga, Brand Image, dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo Pada Mahasiswa UIN Sultan Syarif Kasim Riau*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Munandar. (2020). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa FIK UNY*. Universitas Negeri Yogyakarta.

Muñiz, J. A., & O’Guinn, T. (2019). Brand Community. In *Journal of Consumer Research* (Vol. 27). Bogor: Ghalia Indonesia.

Putri, S. H. (2022). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Di Universitas Islam Riau)*. Universitas Islam Riau.

Resnick, M. (2019). Increasing Brand Equity with Interactive On-Line Communities. *Journal of E-Business*, 1.

Romadhoni. (2019). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia* (1st ed.). Yogyakarta: Andi Offset.

- Rukmana, I. D. (2022). Pelembap Wajah Terlaris 2022, Berikut 10 Top Brand dengan Angka Market Share Tertinggi! Retrieved January 1, 2024, from Kompas.co website: <https://kompas.co.id/article/top-brand-pelembap-wajah-market-share/>
- Sangadji, & Sopiah. (2019). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sanusi. (2022). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sasikirana, S. E. A. (2023). *Pengaruh Brand Trust dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Produk White Diary di Kota Surabaya*. UPN Veteran Jawa Timur.
- Siregar. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2019). *Ekonomi Terapan: Teori dan Aplikasi Dengan SPSS (1st ed.)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yuniar, S. A., & Basuki, R. S. (2020). Pengaruh Desain Kemasan dan Brand Image terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Emina (Studi pada Mahasiswi D4 Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang). *Jurnal Aplikasi Bisnis (JAB)*, 6(1).
- Yusdara, A. (2018). Produk EMINA untuk kalangan Remaja dengan Kemasan yang Cute, Kalian Harus Punya! Retrieved January 1, 2024, from Beauty Journal website: <https://www.beautyjournal.id/article/produk-emina-untuk-remaja-dengan-kemasan-yang-cute-kalian-harus-punya>