

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri. (2017). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep dan Strategi)*. Jakarta: PT. Rajafrigo Persada.
- Bearden, & Haws, N. (2012). *Handbook Of Marketing Scales (Multi-Item Measures or Marketing and Customer Behavior Reserach) Third Edition*. California: SAGE.
- Carla. (2013). *Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Fee Audit dari segi Client Attribute (Studi pada perusahaan yang Listing di Bursa Efek Singapura pada tahun 2011-2012)*.
- duniaindustri (2017).Pertumbuhan Industri Kosmetik. *Perkembangan Market Sise Kosmetik di Indonesia*. Diakses September 21, 2017, dari <http://duniaindustri.com/pasar-industri-kosmetik-diestimasi-tumbuh-9-jadi-rp-643-triliun/>
- Fathoni, & Rifelly. (2015). *Pengaruh Consumer Brand Identification terhadap Brand Loyalty dan Brand Advocacy pada produk Smartphone SAMSUNG*.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2012). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, & Latan. (2015). *PARTIAL LEAST SQUARE (PLS) KONSEP, TEKNIK DAN APLIKASI menggunakan program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit - UNDIP.
- Gribsya. (2017). *Pengaruh City Branding kota Balikpapan Terhadap Brand Attitude*.
- Gumelar. (2016). *Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah*.
- Gustiko. (2015). *Analisis Faktor yang mempengaruhi Brand Attitude untuk meningkatkan Brand Loyalty (Studi Kasus pada Konsumen House of Moo)*.
- Indrawan, & Poppy, Y. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen Pembangunan dan Pendidikan*. Bandung: PT.Refika Aditama.
- Jogiyanto, A. d. (2015). *Alternatif STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM) dalam penelitian bisnis*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.

- Kartajaya. (2014). *WOW Marketing*. Jakarta: PT.Gramedia.
- Kemp, & et.al. (2012). *Place Branding : Creating Self- Brand Connections and Brand Advocacy*.
- Kotler, & Philip, A. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Philip, L. K. (2012). *Marketing Management Edisi 14*. Pearson.
- Kotler, Keller, p., & Lane. (2012). *Marketing Management Edisi 14*. Horizon Edition: Pearson.
- Kresnadi. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Buying Intention Melalui Self-Brand Connection pada DumDum Thai Drinks Surabaya*.
- Kurniawati. (2014). *Pengaruh Attitude Toward Brand, Perceived Quality, Brand Uniqueness terhadap Brand Advocacy dimediasi oleh Self-Brand Connection (Studi Kasus Pada "Solo, The Spirit of Java" Surakarta)*.
- Machado, & Seaborne, C. (2014). *Experiential Marketing On Brand Advocacy : A Mixed-Method Approach On Global Apple Product Users*.
- Malau. (2017). *Manajemen Pemasaran (Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional sampai Era Modernisasi Global)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Mariska. (2016). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth terhadap Minat Beli pada Cafe DU71A Bandung*.
- seberapa besar peran Advokat Merek. *marketeers.com*. (2017, Oktober 12).
- Naufal. (2014). *Analisis Pengaruh Brand Awareness, Norma Subjektif, Keyakinan Label Halal terhadap Brand Attitude untuk meningkatkan Minat Beli Ulang Kosmetik Merek Wardah*.
- Putu. (2017). *Peran Self-Brand Connection dalam memediasi pengaruh kredibilitas Endorser terhadap Brand Equity pada Brand Guess*.
- Rob Fuggetta. (2012). *Brand Advocates : turning enthusiastic customers into a powerful marketing force*. Canada : John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Sangadji. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Santoso. (2014). *Pengaruh Perceived Quality Terhadap Attitude Toward Advertising pada Pengguna Smartphone SAMSUNG di Surabaya*.

- sigmaresearch (2017) *.tren dan perilaku pasar kosmetik Indonesia Tahun 2017*. Diakses Oktober 15, 2017, dari <http://sigmaresearch.co.id/tren-dan-perilaku-pasar-kosmetik-indonesia-tahun-2017/>
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpretama Mandiri.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sunyoto. (2015). *Strategi Pemasaran*. Jakarta: CAPS.
- Sunyoto. (2016). *Statistika Deskriptif dan Probabilitas*. Yogyakarta: CAPS.
- Susanta et.al.(2013). *The Effect of Relationship Quality on Customer Advocacy: The Mediating Role of Loyalty*. 10(4), 41-52.
- swa.co.id. (2017, September 25). Wardah. *Perluas pasar*, hal. brand.
- SWA, 2015. *Survei Institute of Business IOB*
- SWA, 2016. *Survei Institute of Business IOB*
- Timpal. (2016). *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Attitude terhadap keputusan pembelian handphone merek Nokia (Studi kasus pada siswa SMA dan SMK di kota Manado)*.
- Tjiptono. (2016). *Pemasaran (Esensi & Aplikasi)*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Top Brand Award. (2017). *Top Brand Index 2017 Fase 1*. Jakarta: Diakses Oktober 14, 2017, dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_1
- Profile Perusahaan dan Produk. www.paragon-innovation.com. (2017, September 26).
- Lukito, Penny. www.pom.go.id. (2017, November 2). Laporan Hasil Kinerja. *Tahun 2010-2016*.
- Top 10 Kosmetik Aman dan Halal [.www.ranking10.com](http://www.ranking10.com). (2017, Oktober 14).
- Populasi, Sampel dan Besar Sampling. www.riskinkes.litbang.depkes.go.id. (2017, November 2).

