

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Bandung: Alfabeta.
- Ayudia, S. (2020). *4 Brand yang Penjualan Makeup-nya Mengalami Peningkatan Pesat di 2020. Apa Ya Alasannya?* Retrieved from hipwee.com: <https://www.hipwee.com/style/brand-makeup-terlaris-2020/>
- Best, R. J. (2013). *Marketing Based Management: Strategies for Growing Customer Value and Probability 6th Edition*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Chua, D., Kainama, N., Adji, M. N., & Feranita. (2019). Consumer Preference on Paid Game Microtransaction. *Journal of Research in Marketing Volume 10 No. 3*, 832-842.
- Erinda, A., Kumadji, S., & Sunarti. (2016). Analisis Faktor – Faktor Preferensi Pelanggan dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Terhadap Pelanggan McDonald’s di Indonesia dan Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 30 No. 1*, 87-95.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Grewal, D., & Levy, M. (2017). *Marketing 5e*. New York: McGraw-Hill Education.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. England: Pearson Education Inc.
- Hidayat, A., & Handoyo. (2020). *Begini strategi produsen kosmetik penetrasi pasar di 2020*. Retrieved from industri.kontan.co.id: <https://industri.kontan.co.id/news/begini-strategi-produsen-kosmetik-penetrasi-pasar-di-2020?page=all>

- Jitkuekul, P., & Khamtanet, S. (2020). A Conjoint Analysis of Consumer Preferences for Chili Products: A Case Study on Chili Sauce. *J. Mgt. Mkt. Review*, 5(4) 226 - 223, 226-233.
- Julianisa, R. D., Safitri, D., & Yasin, H. (2016). Analisis Konjoin Full Profile Dalam Pemilihan Bedak Untuk Mahasiswi Departemen Statistika Universitas Diponegoro. *Jurnal Gaussian Vol.5 No. 4*.
- Kemenperin. (2020). *Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik*. Retrieved from Kemenperin.go.id: <https://kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing. Edisi 15*. England: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th*. England: Pearson Education, Inc.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Mothersbaugh, D. L., & Hawkins, D. I. (2016). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill Education.
- Paragon-innovation.com. (2021). *Brands*. Retrieved from Paragon Corp: <https://www.paragon-innovation.com/>
- Prasetyo, F., Rachmatsyah, A. D., & Atmojo, W. T. (2021). Faktor - Faktor Model DSS Penentuan Produk Berdasarkan Preferensi Konsumen dengan Analisis Konjoin. *Jurnal Manajemen Sistem Informasi dan Teknologi Vol. 8 No. 1*, 08.
- Puspaningtyas, L., & Alamsyah, I. E. (2019). *Wardah Tumbuh 30 Persen pada 2018*. Retrieved from [republika.co.id: https://republika.co.id/berita/pl0tdr349/wardah-tumbuh-30-persen-pada-2018](https://republika.co.id/berita/pl0tdr349/wardah-tumbuh-30-persen-pada-2018)

- Putri, N. E., & Iskandar, D. (2014). Analisis Preferensi Konsumen Dalam Penggunaan Social Messenger di Kota Bandung Tahun 2014 (Studi Kasus : Line Kakaotalk, Wechat, Whatsapp). *Jurnal Manajemen Indonesia Vol. 14 No. 2*, 110.
- Radjab, E., & Jam'an, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran* . Samarinda: Mulawarman University Press.
- Ramadhani, F. (2021, September 1). *Intip Data Penjualan Kosmetik Wajah Terlaris di Shopee dan Tokopedia: Brand Makeup Lokal Kuasai Pasar!* Retrieved from Kompas: <https://kompas.co.id/article/brand-makeup-lokal/>
- Rizkiani, G. A., & Suyanto, A. (2020). Analisis Preferensi Masyarakat dalam Memilih Kosmetik Korea di Indonesia. *JMM Online Vol. 4 No. 10*, 1523-1533.
- Santoso, S. (2018). *Mahir Statistik Multivariat dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Building Approach 7th Edition*. New Jersey: Wiley.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran: Panduan Riset Sederhana untuk Mengenal Konsumen*. Jakarta: PT Buku Seru.

- Teeramungcalanon, M. (2020). An Analysis of Consumer Preference Towards Thai Products on Chinese E-Commerce Platform. *Thammasat Review*, 1-21.
- Top Brand Award. (2021). *Top Brand Index*. Retrieved from [https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_find=wardah](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=wardah)
- Vongurai, R. (2020). Factors Affecting Customer Brand Preference toward Electric Vehicle in Bangkok, Thailand. *Journal of Asian Finance, Economics and Business Vol 7 No 8*, 383-393.
- Wardah Beauty. (2021). *wardahbeauty.com*. Retrieved from <https://wardahbeauty.com/>
- Wartaka, M. (2016). Analysis of The Consumers Preferens of Lipstick Product and Its Relationship with The Segmentation of The Lipstick Product. *The Management Journal of Binaniaga Vol. 1 No. 2*, 7.
- Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2013). *Business Research Methods Ninth Edition*. South Western, USA: Cengage Learning.