

DAFTAR PUSTAKA

- Adisty, N. (2022). *Tumbuh Pesat, Pemakaian Produk Kecantikan di Indonesia Kian Meningkat*. Goodstats. <https://goodstats.id/article/menilik-meningkatnya-konsumsi-produk-kecantikan-di-indonesia-LcQed>
- Ali, H. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS (Center for Academic Publisihing Service).
- Ananda, A. N., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Nature Republic. *International Journal of ...*, 8(2).
- Ardianto, Y., Supriadi Thalib, & Dian Riskarini. (2021). Analisis Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Dilihat Dari Experiential Marketing dan Servicescape. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 4(2).
- Boyd, H. W. dkk. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design* (Edisi 4). Pustaka Pelajar.
- Elianti, D. L., & Pinasti, V. I. S. (2018). Makna Penggunaan Make Up Sebagai Identitas Diri (Studi Mahasiswi Universitas Negeri Yogyakarta). *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 7, 1–18.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Girsang, N. M., Rini, E. S., & Gultom, P. (2020). The Effect Of Brand Image And Product Quality On Re-Purchase Intention With Customer Satisfaction As Intervening Variables In Consumers Of Skincare Oriflame Users – A Study On Students Of North Sumatra. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 5(1).
- Haasiani, N. (2022). *Data Penjualan Kosmetik Wajah : Brand Lokal Kuat Bersaing*. Kompas.Co.Id. <https://kompas.co.id/article/data-penjualan-kosmetik/>
- Hartini, S. (2012). Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(1).
- Hasibuan, Malayu S.P. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management Building Measuring and Managing Brand Equity*. Educational Limited.

- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2020). *Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik*. Jakarta, Indonesia. Diakses pada 22 Desember 2022, dari <https://kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2017). *Marketing: An introduction*. Thirteenth Edition. In *Pearson*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (3rd ed.). Pearson Education Limited.
- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1).
- Nurfitriana, S., & Iriani, F. (2018). Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Pengaruhnya Pada Minat Beli Ulang Produk Kecantikan Wardah. *Sebatik*, 22(2), 56–63.
- Rahayu, Y., & Suarna, I. F. (2017). Analisis Kesadaran dan Loyalitas Merek Kosmetik Herborist. *Jurnal Ekubis*, 2(1), 67–69.
- Riduwan, & Kuncoro, E. A. (2013). *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Alfabeta.
- Salmah, N. N. A. (2019). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kosmetika Sari Ayu pada Toko La Tahzan Palembang. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 12(1), 1–13.
- Simamora, B. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen* (P. G. P. Utama (ed.)).
- Siregar, S. (2017). *Metode Pemilihan Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2017). *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, S. W. (2019). *The Master Book of SPSS*. STRATUP.
- Syahrur, & Salim. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Citapustaka Media.
- Tersiana, A. (2018). *Metode Penelitian*. STRATUP.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa (prinsip, penerapan, dan penelitian)*. Andi.

Top Brand Index Kosmetik. (2022). Top Brand Awards. https://www.topbrand-award.com/top-brand-zindex/?tbi_year=2022&type=brand&tbi_find=maybelline

Zainurossalamia, Saida. (2020). *Manajemen Pemasaran, Teorin dan Strategi*. Forum Pemuda Aswaja.