

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Pustaka dari *Website* :

rukmana, I. D. (t.thn.). *10 Top Brand Produk Sunscreen Lokal Terlaris, Tidak Takut Matahari Lagi!* Diambil kembali dari [compas.co.id: https://compas.co.id/article/10-top-brand-sunscreen-lokal-terlaris-2022/](https://compas.co.id/article/10-top-brand-sunscreen-lokal-terlaris-2022/)

Emina Cosmetics. (2021, Juli 5). *Sunscreen untuk Remaja dari Emina, Lindungi Kulit dari Sinar Matahari.* Diambil kembali dari [eminacosmetics.com: https://www.eminacosmetics.com/sunscreen-untuk-remaja-dari-emina-lindungi-kulit-dari-sinar-matahari](https://www.eminacosmetics.com/sunscreen-untuk-remaja-dari-emina-lindungi-kulit-dari-sinar-matahari)

Female Daily. (2024). *MEMBER'S REVIEW #FakeFree and Authentic.* Diambil kembali dari [femaledaily.com: https://reviews.femaledaily.com/](https://reviews.femaledaily.com/)

Pressrelease. (2019, December 6). *Guardian Top Stars 2019 Award, Inilah Deretan Merek Favorit Pelanggan.* Diambil kembali dari [Pressrelease.id: https://pressrelease.kontan.co.id/release/guardian-top-stars-2019-award-inilah-deretan-merek-favorit-pelanggan?page=all](https://pressrelease.kontan.co.id/release/guardian-top-stars-2019-award-inilah-deretan-merek-favorit-pelanggan?page=all)

Daftar Pustaka dari *Jurnal* :

Agustina, D. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Etnosentris Terhadap keputusan Pembelian Produk Emina* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).

Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). Hubungan konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi. *Jurnal psikologi*, 11(1), 5-11.

Harahap, A. T. M., Pradekso, T., & Santosa, H. P. (2021). Hubungan Terpaan Iklan Youtube dan Terpaan Influencer Marketing di Instagram pada Kampanye# EminaBeautyBestie dengan Keputusan Pembelian Rangkaian Produk Emina Bright Stuff Series. *Interaksi Online*, 9(3), 14-26.

Harina_11. BAB II Tinjauan Pustaka.
Agustina, D. (2019). *UNIKOM_DIANA AGUSTINA_BAB I*, 1-19. Ismail. (2010). 1-8.

- Lidyawati, L. (2022). *Repository STEI*, 6-25.
- University, B. (2018). *Landasan perancangan tinjauan teori*, 3-17.
- Harina, S. (2019). BAB II Tinjauan Pustaka. *UNIKOM_Suci*
- Mengenai Sunscreen dan Bahaya Paparan Sinar Matahari Serta Perilaku Mahasiswa Teknik Sipil Terhadap Penggunaan Sunscreen. *Jurnal Farmasi Komunitas Vol. 7, No. 2, (2020) 63-68, 7, 63- 68.*
- Mulawarti, N., Setyariningsih, E., & Utami, B. (2022). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina Kosmetik (Studi Kasus di Wiayah Mojokerto)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Majapahit
- Muthmainnah, L., & Yusup, N. R. (2023). *Perancangan Strategi Kreatif Konten Visual Sosial Media Situ Cileunca Pangalengan Kab. Bandung.*
- Nurhayaty, M. (2022). Strategi mix marketing (product, price, place, promotion, eople, process, physical evidence) 7p di pd rasa galendo kabupaten ciamis. *Jurnal Media Teknologi, 8(2)*, 119-127.
- Pamela, A. W. (2021). Interpretasi Makna Menggunakan Teori Semiotika Pada Karya Desain Undangan Pernikahan Kelas Menengah untuk Pendidikan Seni dan Desain. *Jurnal Penelitian Pendidikan, 21(3)*, 46-57.
- Prabowo, Y. F. (2018). Strategi Pemasaran PT Telekomunika Anugerah Mandiri Sebagai Distributor Smartfren Untuk Meningkatkan Target Penjualan.
- Prameswari, A. S. (2019). Strategi Brand Activation Untuk Meningkatkan Brand Awareness (Studi Kasus Event Dextone Goes To School Di Sekolah Dasar Negeri 13 Jakarta Utara). 23-35.
- Edlia Fadilah Mumtazah, S. S. (2020). PENGETAHUAN

Daftar Pustaka dari Buku :

- Sudrajat, E. (2023). *Branding Di Era 5.0: Ide-Ide Untuk Meningkatkan Kesadaran Merek Dengan Cara Sederhana, Murah, dan Tepat Sasaran*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia .
- Soewardikoen, D. W. (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Kanisius.