

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, S. S. dan V. M. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia* (pp. 183–184). Maliki Press.
- Al-Dmour, R., Hammdan, F., Al-Dmour, H., Alrowwad, A., & Khwaldeh, S. M. (2017). The Effect of Lifestyle on Online Purchasing Decision for Electronic Services: The Jordanian Flying E-Tickets Case. *Asian Social Science*.
<https://doi.org/10.5539/ass.v13n11p157>
- Alimul Hidayat. (2007). *Metode Penelitian Kebidanan dan Teknis Analisis Data*. Salemba Medika.
- Aquicultura, P. D. E. P. E. M., Donalek, J. G., Soldwisch, S., Coesão, E. D. E., Moreira, M. A., Fernandes, R. F., Federal, U., Catarina, D. S. E. S., Gerais, D., Silva, S. da, Learning, B. T., Baxto, W., Carneiro, V. L. Q., Karakose, M., Lima, R. F. F., Morais, N. A. de, Bibliográfico, G., Vlachopoulos, P., Jan, S. K., ... Hoang, A. T. (2015). The Relationship of University Student's Lifestyle, Money Attitude, Personal Value and their Purchase Decision. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Ilmiah*. In *Rineka cipta, Jakarta*.
- Aspan, H., Sipayung, I. M., Muharrami, A. P., & Ritonga, H. M. (2017). The Effect of Halal Label, Halal Awareness, Product Price, and Brand Image to the Purchasing Decision on Cosmetic Products (Case Study on Consumers of Sari Ayu Martha Tilaar in Binjai City). *International Journal of Global Sustainability*. <https://doi.org/10.5296/ijgs.v1i1.12017>
- Bhakar, S.S, Shailja Bhakar, and S. B. (2013). *Relationship Between Country of Origin, Brand Image and Customer Purchase Intentions*. 10(2), 25–47.
- Czinkota, Michal R., dan Ronkainen, I. A. (2001). *International Marketing* (Sixth, p. 191). Harcourt Collage Publishers.
- Dahmiri, Husni Hasbullah, S. S. S. (2020). PENGARUH LIFESTYLE Terhadap

- Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 9(1), 15–22.
- Devita, E. M., & Agustini, M. Y. D. H. (2019). Country of Origin and Brand Image on Purchase Decision of South Korean Cosmetic Etude House. *Journal of Management and Business Environment (JMBE)*, 1(1), 55–70. <https://doi.org/10.24167/JMBE.V1I1.2115>
- Eugene D. Jaffe & Israel D. Nebenzahl. (2001). *National image and competitive advantage: the theory and practice of country of origin effect* (p. 13). Copenhagen Business School Press.
- Fitriani, D., Ramayani, C., & Areva, D. (n.d.). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pond's Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI SUMATERA BARAT*. 1–9.
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-pokok Materi Statistika I (Statistik Deskriptif)* (Kedua, p. 131). PT. Bumi Aksara.
- Hsieh, M. and S. L. (2004). *Product Corporate, and Country-Image Dimensions and Purchase Behavior: A Multicountry Analysis. Academic of Marketing Science* (p. 32(3):251).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13 Vol.1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran (Jilid 1)* (pp. 338–339).
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Index.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran (Jilid 1)*. Erlangga.
- Lameshow, S., Jr, D. W. H., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1997). Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan. In *Herd*.
- Laroche C, Giguère C, Vaillancourt V, S. S. (2005). *Development and validation of hearing standards for Canadian Coast Guard Seagoing Personnel and C&P and land-based personnel. Phase II*.

- Lin, L. Y., & Chen, C. S. (2006). The influence of the country-of-origin image, product knowledge and product involvement on consumer purchase decisions: An empirical study of insurance and catering services in Taiwan. *Journal of Consumer Marketing*.
<https://doi.org/10.1108/07363760610681655>
- Listiana, E. (2013). *Pengaruh Country Of Origin terhadap Perceived Quality Dengan Moderasi Etnosentris Konsumen*. 8(1), 25–51.
- Mowen, John C, Michael Minor, D. K. Y. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid 2* (Kelima). Erlangga.
- Pangestu, S. D., & Suryoko, S. (2016). Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Administrasi Bisnis*.
- Petter, P., & Jerry, O. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (9th ed.). Salemba Empat.
- Rully, I. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Campuran*. Alfabeta.
- Sani., & M. (2010). *Metodologi Riset Manajemen Sumber Daya Manusia* (U. Press (ed.); p. 194).
- Schiffman, Leon G., K. (2008). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). Indeks.
- Selvakumar, J. J., & Raghavan, N. R. (2017). Influence of Lifestyle and Attitude on Online Shopping. *Asia Pasific Journal of Research*.
- Septiani, V. R., Oktavia, R. N., & Sudrajat, A. (n.d.). *Pengaruh Country of Origin Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Nature Republic Aloe Vera 92 % Shooting Gel*. 60–66.
- Setiadi, N. (2003). *Perilaku Konsumen: konsep dan implikasi untuk strategi dan Penelitian Pemasaran*. Kencana.
- Setyaningsih, R. (2008). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ekuitas Merek untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada Kedai Kopi DOME di Surabaya)*.

- Simamora, B. (2006). *Paduan Riset Perilaku Konsumen*. Pt. Gramedia Pustaka Utama.
- Simanjuntak, A. (2012). *Pengaruh Gaya Hidup dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Maybelline Terhadap Mahasiswa Departemen Manajemen Universitas Sumatera Utara*.
- Sri Ekowati., Ratnawili ., R. H. (2019). PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN, IKLAN DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DAIHATSU AYL A. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen & Ekonomi Islam (JAM-Ekis)*, 18, No.1(9), 117–127.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suharsimi, A. (2006). *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik)* (p. 131). Rineka Cipta.
- Sumanto. (2014). *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*. CAPS(Center Of Academic Publishing Service).
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam pemasaran* (pp. 57–58). Ghalia Indonesia.
- Suryani, T. (2006). *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu.
- Suryoko, S., Bisnis, A., & Diponegoro, U. (2016). PENGARUH GAYA HIDUP (LIFESTYLE) DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Pelanggan Peacockoffie Semarang). *PENGARUH GAYA HIDUP (LIFESTYLE) DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Pelanggan Peacockoffie Semarang)*, 5(4), 519–530. <https://doi.org/10.14710/jab.v5i1.12725>
- Tjhin, V. U., Ciptasari, N., & Egeten, A. E. J. (2017). Effects of e-marketing and consumer lifestyle towards the style of decision making in online purchase of movie ticket. *Proceedings - 2016 International Seminar on Application of Technology for Information and Communication, ISEMANTIC 2016*.

<https://doi.org/10.1109/ISEMANTIC.2016.7873805>

- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik* (2nd ed., p. 444). ANDI.
- Vianita, S., & Rosinta, F. (2014). *Pengaruh Country of Origin Terhadap Brand Image Kosmetik Korea Selatan pada Mahasiswi Program Sarjana FISIP UI (Studi Pada Pembelian Online dan Offline Merek Etude House)*.
- Wijaya, D. N., Sunarti, & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Starbucks, Kota Malang). *Administrasi Bisnis*, 55(2), 75–83.
- Zapclinic. (2018). Beauty Index 2018. *Zap Clinic Index*.
- Zukhrufani, A., & Zakiy, M. (2019). the Effect of Beauty Influencer, Lifestyle, Brand Image and Halal Labelization Towards Halal Cosmetical Purchasing Decisions. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 5(2), 168. <https://doi.org/10.20473/jebis.v5i2.14704>

Sumber Internet:

<http://www.innisfree.com/id/>

<https://biz.kompas.com/read/2017/04/06/173335628/ini.5.hal.utama.yang.perlu.an.da.ketahui.tentang.innisfree>.

<Http://www.apgroup.com>

<http://id.123dok.com>

<http://www.coursehero.com>

<Kompasiana.com>

<Idntimes.com>

<Kajianpustaka.com>