

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Adler, Emily Stier, dan Clark, Roger. (2011). *An Invitation to Social Research: How It's Done (4th ed)*. Cengage Learning
- Agung Widhi Kurniawan, Z. P. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: PANDIVA BUKU.
- Armstrong, Kotler. (2012). *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Armstrong, Kotler. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Donald Cooper, P. S. (2014). *Business Research Methods*. 12th Edition.
- Durianto, D. (2004). *Strategi menaklukkan pasar : melalui riset ekuitas dan perilaku merek*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fontana, A. (2011). *Innovate We Can! Cipta Inovasi Sejahtera*.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management : Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson Education Limited.
- Philip Kotler, Amstrong. (2008). *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Philip Kotler, Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Samsu, S. M. (2017). *METODE PENELITIAN: (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development)*. Jambi: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA).
- Shimp, J. C. (2018). *Advertising, Promotion and other aspects of Integrated Marketing Communications*. Cengage Learning.
- Sugiyono, P. D. (2014). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*. Bandung: Anggota Ikatan Penerbit Indonesia .

## **Jurnal :**

- Anggraeni, A. M. (2020). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Minat Beli ulang Produk Kosmetik Emina dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi. *Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*.
- Chinomona, R. a. (2017). *The influence of brand awareness, brand association and product quality on brand loyalty and repurchase intention: a case of male consumers for cosmetic brands in South Africa. Journal of Business and Retail Management Research*, Vol. 12 Issue 1.
- Damanik, Tiffany B. J. (2014). Pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap Minat Beli Produk Kosmetik. (Studi kasus pada : Produk Kosmetik Wardah). Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Universitas Telkom Bandung
- Feng, C. (2016). *Sustainable innovation in the cosmetic industry—obstacles, contributing factors, and strategies*.
- Fitri, Cahaya Intan (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Makeup* Wardah. Tugas Akhir (S1) - thesis, Universitas Bakrie.
- Hertanto, E. (2017). *Perbedaan Skala Likert lima Skala dengan Modifikasi Skala Likert empat Skala*. Jurnal Metodologi Penelitian.
- Kusumo, Agung Raharja Wibowo. (2006). Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi inovasi produk untuk Meningkatkan keunggulan bersaing Dan kinerja Pemasaran. Universitas Diponegoro Semarang
- Lina, R. F. (2017). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Exclusive Matte Lip Cream Pada *Wardah Beauty House* Medan. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara Medan*.
- Lubis,Sahromadani. (2020). Pengaruh Kepercayaan Merek (*Trust In Brand*) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Toko Kosmetik Marhadi. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
- M Quintania, S. S. (2020). Pengaruh Desain dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Lipstik Wardah Kosmetik Jabodetabek). *MEDIA EKONOMI*, Vol 20 No 1, 26-38.
- Majid, M. B. (2015). *Consumer purchase intention towards Halal cosmetics & personal care products in Pakistan. Global Journal of Research in Business & Management* , Vol. 1, No. 1.

- Oh, Y.-K. (2020). "Effects of Cosmetics Purchase Decision Factors of Female University Students in Korea and Taiwan on the Korea Cosmetics Satisfaction.". *Asian Journal of Beauty and Cosmetology*.
- Perera, W. L. (2013). *The impact of brand awareness, brand association and brand perceived quality on female consumers' purchase decision of foreign makeup products. International Conference on Business & Information* .
- Peter Brunn, M. J. (2002). *e-Marketplaces : Crafting A Winning Strategy*. *European Management Journal* vol. 20, issue 3, .
- Rantau, Aga, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mr. Suprek Surabaya. Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
- Tazkiyatunnisa, M. (2019). "Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang*.
- Utami, N. W. (2018). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Kosmetik Loreal terhadap Keputusan Pembelian. *Universitas Katolik Parahyangan Bandung*.

**Website :**

Kemenperin: Industri kosmetik tumbuh signifikan pada 2020. (n.d.). *Retrieved from: Antaranews:* <https://www.antaranews.com/berita/2003853/kemenperin-industri-kosmetik-tumbuh-signifikan-pada-2020> (Diakses pada tanggal 01 April 2021)

Makna Kampanye Halal Dari Awal Bagi Wardah. *Retrieved from: Marketeers:* <https://www.marketeers.com/makna-kampanye-halal-dari-awal-bagi-wardah/> (Diakses pada tanggal 10 Juli 2021)

Report: Peta Persaingan *E-Commerce* Indonesia Q4 2020. (n.d.). *Retrieved from: IPrice:* <https://iprice.co.id/trend/insights/peta-persaingan-e-commerce-2020/> (Diakses pada tanggal 05 April 2021)

Sambut Ramadan di Tengah Pandemi, Wardah Luncurkan Kampanye #LangkahBaikmuBerarti (n.d.). *Retrieved from: beauty journal.id:* <https://journal.sociolla.com/lifestyle/kampanye-wardah-langkahbaikmuberarti> (Diakses pada tanggal 10 Juli 2021)

#SelaluAdaBahagia Selama Ramadan dengan 5 Kegiatan Seru dari Wardah. (n.d.). *Retrieved from: beautynesia:* <https://www.beautynesia.id/berita-travel/selaluadabahagia-selama-ramadan-dengan-5-kegiatan-seru-dari-wardah/b-141079> (Diakses pada tanggal 10 Juli 2021)

*Spire Insight:* Potensi Pasar Kosmetik Indonesia. (n.d.). *Retrieved from: Techno Business:* <https://technobusiness.id/insight/spire-insight/2020/10/30/spire-insight-potensi-pasar-kosmetik-indonesia/> (Diakses pada tanggal 01 April 2021)

*Top Brand Awards Wardah.* (n.d.). *Retrieved from: Top Brands Awards:* [https://www.topbrand-award.com/top-brand%20index/?tbi\\_find=wardah](https://www.topbrand-award.com/top-brand%20index/?tbi_find=wardah) (Diakses pada tanggal 05 April 2021)

*Wardah Beauty.* (n.d.). *Retrieved from:* <https://www.wardahbeauty.com> (Diakses pada tanggal 10 Juli 2021)

*Wardah Official Shop* .(n.d). *Retrieved from: Shopee:* <https://shopee.co.id/wardahofficial> (Diakses pada tanggal 10 Juli 2021)

Wardah X Ayang Cempaka, Kampanyekan #OnePinkOneHope. (n.d.). *Retrieved from: Republika.id:* <https://republika.co.id/berita/qhpyif423/wardah-x-ayang-cempaka-kampanyekanem-onepinkonehopeem> (Diakses pada tanggal 10 Juli 2021)