

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. 1996, *Building Strong Brands*. New York: The Free Press
- Aaker, D. 2000, *Brand Leadership & D.Aaker, E. Joachimsthaler*. New York: The Free Press (translated into Russian in 2003).
- Agus, 2012, Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, hal 72
- Amstrong, Gerry & Kotler, 1997, Phillip, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga
- Arikunto, 2006, Suharsimi, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi VI, Jakarta : PT Rineka Cipta.
- A. Shimp, Terence. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat. Hal 261
- Asnawi, Nur & Masyhuri, 2009, *Metodologi Risert Manajemen Pemasaran*, UIN Malang Press: Malang, hal 163
- Balmer JMT, *Corporate Identity, Corporate Branding & Corporate Marketing-Seeing Through The Fog*, Eur Je Mark;35 (3/4): 248-91
- Cangara, Hafidz, 2005, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- David Hunger dan Thomas Wheleen, 2003, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: Penerbit Andi) hal 259
- Della Bitta, Alber J., Monroe, Kent B. and McGinnis, John M. 1981. *Consumer Perceptions of Comparative Price Advertisements*, *Journal of Marketing Research* 18 (4), 416-427.
- De Chernatony, L. 2001, *From Brand Vision to Brand Evaluation*. London
- Duncan, T. and Caywood, C. 1996. "The concept, process, and evolution of integrated Marketing Communication" dalam Thorson, J. and Moore, E. (Eds), *Integrated Communication: Synergy of Persuasive Voices*, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, hal 13-34
- Dr. Nasrullah, M.S.i, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositologi*, Indonesia: Simbiosis Rekatama Media
- Effendy, Onong Uchjana, 2006, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*, Bandung: Rosdakarya
- Engel, J. d. (1994). *Consumer Behaviour*. Orlando: The Dryden Press.
- Gelder, S.V. 2005. *Global brand strategy*. London: Kogan Page
- Grundey D. 2002, *Prekės ženklo formavimas ir prekės identifikavimas: strategiju parinkimas ir vertinimas // Ekonomika: mokslo darbai*. p. 30 –52.

- Goethe, Johann Wolfgang von. 1970. *Theory of Colours*. USA: Cambridge, Mass. MIT Press Ltd.
- Kapferer, J.N. 2003, *The New Strategic Brand Management*. London: Ko-gan Page, hal 107
- Kapferer, J.N.2008. *The New Strategic Brand Management*. London: Ko-gan Page,hal 172
- Kaul, V. 2012. *Globalisation and Crisis of Cultural Identity. Journal of Research in International Business and Management*, 341-349
- Kuncoro, M. 2010. *Ekonomi Pembangunan : Masalah, Kebijakan Dan Politik*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, Phillip, & Pfoertsch, 2008, W.*In B2B brand management*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, Phillip & Kevin Lane Keller, 2016. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, hal 27
- Lemeshow, S., Hoswer, D.W., Klar J., Lwanga, S.K., 1997, *Besar Penelitian Sampel dalam Penelitian Kesehatan*, Yogyakarta, Gadjah Mada Press
- Lind, Douglas A, dkk.2014. *Teknik-Teknik Statistika dalam Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Salemba Empat.hal 34
- Malhotra, Naresh, 2007. *Marketing Research : an applied orientation, pearson education, inc., fifth edition*. New Jearsey : USA, hal 80
- Mudrajad Kuncoro, 2006, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*,(Jakarta: Erlangga), hal 2.
- Moh. Nazir, 1988, *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Nijssen, E.J. and S.P. Douglas, 2011, *Consumer World-Mindedness and Attitudes Toward Product Positioning in Advertising: An Examination of Global versus Foreign versus Local Positioning*. *Journal of International Marketing*, 19(3): p.113-133
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2005. *Metodologi Penelitian Kesehatan (Edisi Revisi)*. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Pusat Pembinaan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. 1994. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakrta: Balai Pustaka. h. 520
- Safnayong, Yongki. 2006. *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta: Arte Media

- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta
- Sugiyono, 2010, *Statistik untuk Pendidikan*, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta, hal 253
- Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Alfabeta. hal 54
- Silalahi, 2003, Gabriel Amin, *Metode Penelitian & Studi Kasus*, Sidoarjo: Citra Media
- Sumadi Suryabrata, 1987, *Metode Penelitian*, Jakarta: Rajawali, h. 93
- Soedjadi, R, 2000, *Kiat Pendidikan Matematika di Indonesia: Konstataasi Keadaan Masa Kini Menuju Harapan Masa Depan*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, h. 14
- Sumadi Suryabrata, 1991, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Rajawali Pers
- Sofian, 2011, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES, hal 34
- Smith, PR dan Ze Zook. 1999, *Marketing Communications. Integrating Offline and Online with Social Media*. Fifth Edition, h 401
- Sutisna, 2003, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Cetakan Ketiga. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Schmitt. B & Simonson. A.1997. *Marketing Aesthetic: The Strategic Management of Brands, Identity, and Image*. New York: The Free Pass.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Wheeler, Alina. 2006, *Designing Brand Identity : A Complete Guide to Creating*
- Wimmer, Dominick, 2006, *Mass Media Research*, Balmont: Thompson Wadsworth Publishing, hal.267
- Yip,G.S. 1995. *Total Global Strategy*. Englewood Cliffs,NJ:Prentice Hall

Website & Jurnal:

- Dilansir dari Analisis Produk Kosmetik Make-Up Salah Satu Merek Global Terhadap Keputusan Pembelian, pada 6 November 2022 pukul 22.00 <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/19/article/download/34786/30928>
- Dilansir dari Budi, Felicia dkk, 2020, Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya terhadap Brand Identity Tiktok, pada 22 Januari 2023, 23.46 <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/10885>
- Dilansir dari Dashbord Data Jumlah Mahasiswa LLDIKTI Wilayah V Yogyakarta, 2020 pada 27 Maret Pukul 16.47 <https://lldikti5.id/lldikti5/edashboard/>

- Dilansir dari DIY-Jumlah Peserta Didik, 27 Maret pukul 00.50
[http://bappeda.jogjaprov.go.id/dataku/data dasar/cetak/482-jumlah-peserta-didik](http://bappeda.jogjaprov.go.id/dataku/data_dasar/cetak/482-jumlah-peserta-didik)
- Dilansir Humas, B. K. (2022, September 15). *Berita Aktual*. Retrieved from Badan POM RI: <https://www.pom.go.id/new/view/more/berita/28218/Pertumbuhan-Sarana-Kosmetika-Alami-Kenaikan-Sebesar-18--di-Masa-Pemulihan-Pandemi-COVID-19.html>
- Dilansir dari Index Top Brand (July, 2022), kategori perawatan diri, pada 10 November 2022 pukul 22.50 <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- Dilansir dari Linando, 2013 Jenny Tingkat Pengetahuan Karyawan Jw Marriott Hotel Surabaya Terhadap Brand Identity Perusahaan." *Jurnal e-Komunikasi Universitas Kristen Petra*, pada 28 November 2022, 22.50, <https://www.neliti.com/id/publications/80950/tingkat-pengetahuan-karyawan-jw-marriott-hotel-surabaya-terhadap-brand-identity#cite>
- Dilansir Kosasih, Felicia dkk. (Oct, 2018), Tingkat Pengetahuan Pengguna Instagram terhadap Brand Identity Harlette. *Jurnal E-Komunikasi Universitas Kristen Petra*. 2022. (1 Desember 2022, 22.04) <https://ojs.petra.ac.id/ojsnew/index.php/mar/article/view/21147>
- Dilansir dari Permadi, Geovanni, (Oct, 2016) Pengukuran Tingkat Kesadaran Merek (Brand Awareness) Pada Motor Honda, pada 19 Januari 2023, 23.30 <https://media.neliti.com/media/publications/206610-pengukuran-tingkat-kesadaran-merek-brand.pdf>
- Dilansir dari Prameswari, Amelda, (Feb, 2021) Pengaruh Identitas Brand & Strategi Penjualan Burger King terhadap Keputusan Pembeli. *Cakrawala: Jurnal Humaniora*. pada 9 November 2022 pukul 23.07 [https://www.researchgate.net/publication/350728496_PENGARUH_IDENTITAS BRAND DAN STRATEGI PENJUALAN BURGER KING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN](https://www.researchgate.net/publication/350728496_PENGARUH_IDENTITAS_BRAND_DAN_STRATEGI_PENJUALAN_BURGER_KING_TERHADAP_KEPUTUSAN_PEMBELIAN_KONSUMEN)
- Dilansir dari Pahlevi, R. (2022). *Brand Lokal Kosmetik Paling Banyak Digunakan*. Retrieved from Databoks pada 20 Desember 2022: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/03/10-merek-kosmetik-lokal-favorit-masyarakat-3-punya-paragon>
- Dilansir dari Tamara, Tania, (April, 2018) Evaluasi Brand Identity In Heritage, *Jurnal Manajemen & Start-up Bisnis*. 2018, pada 8 November 2022 pukul 23.50 <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/658/577>
- Dilansir dari “Usia Tepat Anak Perempuan Boleh Pakai Make-Up”, Blog Halodoc, pada 27 Mei 2023 pukul 19.35 <https://www.halodoc.com/artikel/usia-tepat-anak-perempuan-boleh-pakai-makeup>,
- Dilansir dari “Mulai Usia Berapa Anak Boleh Pakai Skincare”, (July, 2022), Blog Medcom, pada 27 Mei 2023 pukul 19.35 <https://www.medcom.id/gaya/beauty/3NOPr0Wb-mulai-usia-berapa-anak-boleh-menggunakan-skincare>

Dilansir dari “Kelompok Usia”, pada 27 Mei 2023 pukul 19.59
https://sepakat.bappenas.go.id/wiki/Kelompok_Usia,

Dikutip dari Website resmi OMG, Februari 2021, pada 4 November 2022 pukul 19.30
<https://www.itsomgbeauty.com/about.us>