

## DAFTAR PUSTAKA

Bizteka. (2016, 17 Juni). Perkembangan Pasar Industri Kosmetik di Indonesia. CCI Indonesia [online]. Tersedia: <http://cci-indonesia.com> diakses pada tanggal 24 Oktober 2019.

Pramita, Ecka. (2017, 27 April). Industri Kecantikan di Indonesia Alami Pertumbuhan Pesat.

Majalah Kartini [online]. Tersedia: <http://majalahkartini.co.id> diakses pada tanggal 24 Oktober 2019.

Syadri, Muhammad. (2017, 13 Agustus). RI Bidik Peluang Besar Industri Kosmetik dan Kecantikan. Jawa

Pos [online]. Tersedia: <https://jawapos.com> diakses pada tanggal 24 Oktober 2019. Peringatan Publik, No.HM.04.01.1.43.05.13.2690 Tahun 2013, Tentang Kosmetika

Mengandung Bahan Dilarang/Berbahaya. Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, Tanggal 13 Mei 2013.

Perkembangan Pasar Industri Kosmetik di Indonesia bersumber dari artikel PT Citra Cendikia Indonesia 2010-2015

Tersedia :(<http://cci-indonesia.com>.) diakses pada tanggal 24 Oktober 2019.

Data penjualan kosmetik di Indonesia 3 tahun terakhir 2013-2015 yang bersumber dari

Tersedia: (<https://tirto.id/saat-kosmetik-halal-memimpin-pasar-bP4,2016>)  
diakses pada tanggal 24 Oktober 2019.

Persentase penggunaan kosmetik brand impor dari Korea yang bersumber dari  
(<https://mix.co.id/marcomm/news-trend/ramai-brand-korea-bertarung-di-pasar-kosmetik-siapa-menang/>) diakses pada tanggal 24 Oktober 2019.

Detail kemasan produk *Nature Republic Soothing & Moisture Aloe Vera 92% Sothing Gel* yang

bersumber dari ,(<https://journal.sociolla.com/beauty/review-nature-republic-soothing-gel/>) diakses pada tanggal 24 Oktober 2019.

Iklan produk *Nature Republic* di Youtube yang bersumber dari, (<https://youtu.be/vclHdLkKrUQ>)

diakses pada tanggal 24 Oktober 2019.

Assauri. (20019). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep Dan Strategi*. Edisi Pertama Jakarta:

Raja Grafindo Persada

Schiffman, Leon. Kanuk, Leslie Lazar. (2007). *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Jakarta :

Indeks.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13.

Jakarta: Erlangga.

Yasin, Norjaya Mohd Nasser Noor dan Osman Mohamad. 2007. Does Image Of Country-Of-

Origib Matter To Brand Equity? *Journal Of Product & Brand Management* Vol. 16, No.1: 38-48.

Ghozali, Imam. 2009, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS,

Cetakan ke IV, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

***Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS.***

***Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.***

***Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Administratif. Alfabeta. Bandung***

Tjiptono, Fandi dan Gregorius Chandra. 2012. Pemasaran Strategik. Yogyakarta,

ANDI.

Karuntu,Tumbel,Calvin L.“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda

Motor Honda Di Pt.Hasjrat Abadi Ranotana” Jurnal EMBA vol.6 No.4 September 2018.

Nailis,Nazarudin,Dessy.”Peangaruh,Youtube Advertising Terhadap Brand Awerness dan

Purchase Intention” Jurnal Manajemen & Kewirausahaan, Vol.7, No.1, 2019

Danny Alexander Bastian, ”Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek

(Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia” Vol.2, No. 1, 2014.