

DAFTAR PUSTAKA

- Afrila, D., & Hidayat, A. F. (2020). Pengembangan Modul Mata Kuliah Statistika Pendidikan di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Batanghari Jambi. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 20(1), 26. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v20i1.857>
- Agus, H. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Alma.B. (2019). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Almira Amelia, & JE Sutanto. (2018). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Maison Nob. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 250–259.
- Anang Firmansyah. (2018). *Pengantar Manajemen* (Edisi ke-1). Deepublish.
- Arif Hoetoro. (2018). *Ekonomi Mikro Islam Pendekatan Integrative*. Tim UB Press.
- Arifin, A. (2020). *Teori Komunikasi*. Alfabeta.
- Arini, F. T. (2020). Peningkatan Preferensi Merek Berbasis Desain Kemasan Visual, Kualitas Produk, Dan Nilai Pada Produk Kosmetik Wardah. In *universitas jember* (Issue 1).
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing*. 17th red.
- Ayuniah, P. (2017). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal IEkonomi Bisnis*, 22(3), 208–219.
- Bambang D. Prasetyo. (2020). *Strategy Branding teori dan perspetif komunikasi dalam bisnis*. UB Press.
- Crystallography, X. D. (2016). *Inovasi Desain Produk*. 1–23.
- Diyah, E., Purniawati, V., Noersanti, L., Si, S., Palad, J., Bulak, K., Rt, B. V, & No, R. (2020). *DAN PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN*

PEMBELIAN PADA KONSUMEN PRODUK ORIFLAME (Study Pelanggan Oriflame di Rawamangun Jakarta Timur) Tabel 1 . 3 Rating Produk Kosmetik dalam Top Brand Index Sumber : www.topbrand-award.com , diakses 22 Oktober 2016 Ber. 1–21.

Ferrel, L. (2002). *Inovasi pada Industri*. Erlangga.

Firman, F., & Rahayu, S. (2020). Pembelajaran Online di Tengah Pandemi Covid-19. *Indonesian Journal of Educational Science (IJES)*, 2(2), 81–89. <https://doi.org/10.31605/ijes.v2i2.659>

Ghozali. (2016). Ghozali 2016. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9, pp. 1689–1699).

Halim, C. M., & Sutanto, J. E. (2021). the Relevance of Price, Lifestyle, and Social Media Towards Purchase Decisions of Motato Product. *Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed-International Journal*, 5(4), 314–322. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>

Hartati, I. N. dan S. (2019). Metodologi Penelitian Sosial & Pendidikan. In *Media Sahabat Cendekia*.

Hartono. (2004). *Statistik untuk Penelitian*. Pustaka Pelajar.

Jesslyn. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Agung Toyota Batam. *Studi Manajemen Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1–55. <http://repository.upbatam.ac.id/id/eprint/885>

Jr., J. F. H. M. C. H. C. N. (2020). Assessing measurement model quality in PLS-SEM using confirmatory composite analysis. *Journal of Business Research*, Volume 109, 101–110.

Kasali, R. (2018). *Disruption (9th ed.)*. Gramedia.

Kasmiri, K., & Setiany, D. T. (2020). KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH PADA MAHASISWI UNIVERSITAS

SURYAKANCANA DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHINYA. *Finansha: Journal of Sharia Financial Management*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.15575/fsfm.v1i1.9615>

Klimchuk, M. R. dan S. A. K. (2006). *Desain Kemasan; Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan*. Erlangga.

Konseling, K., Self, K., Untuk, M., & Gadget, M. K. (2021). *Keefektifan konseling kelompok self management untuk mereduksi kecanduan gadget*. 1343–1353.

Kotler, Philip; Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Erlangga.

Kotler, & K. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran (A. Pramesta (ed.))*. Andi.

Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.

Kotler, P. (2004). *Marketing Management, The Millenium Edition*. Prentice Hall.

Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran (Edisi tiga)*. Erlangga.

Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran (Edisi 13)*. Rajawali.

Kotler, P. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Bumi Aksara.

Lidya Delimah Pasaribu, V., Kunci, K., Kemasan, D., & Merek, P. (2005). *ANALISIS PENGARUH PROMOSI ,KUALITAS PRODUK DAN DESAIN KEMASAN TERHADAP PERSEPSI MEREK YANG BERDAMPAK KEPADA KEPUTUSAN PEMBELIAN HAND AND BODY LOTION MEREK VASELINE (Studi Kasus TIP TOP Ciputat, Tangerang Selatan)*. 28–44.

Lupiyoadi. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.

Ma'ruf, N., Alfalisyado, A., Purwidiyanti, W., & Randikaparsa, I. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Citra Merek Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 1314–1330. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4106>

Maharani. (2010). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap loyalitas nasabah tabungan bank mega semarang (Doctoral dissertation, Universitas

Diponegoro). *Skripsi*, 1–129.
http://eprints.undip.ac.id/22618/1/SKRIPSI_PDF.pdf

Moko, W., Basuki, A., & Risanto, Y. (2021). *Manajemen Kinerja Teori dan Praktik*. Universitas Brawijaya Press.

Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–20.

Nilforushan, S., & Allameh Haeri, F. (2015). The effect of packaging design on customers' perception of food products' quality, value, and brand preference (Case study: Pegah pasteurized cheese, in Isfahan city). *WALIA Journal*, 31(S3), 127–132. www.Waliaj.com

Pakan, E. D., & Purwanto, S. (2022). PENGARUH BEAUTY INFLUENCER DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FACIAL WASH GARNIER DI SURABAYA. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(3), 764–772. <https://doi.org/10.37481/sjr.v5i3.535>

Rundh, B. (2020). *From protection to marketing: Packaging's contribution to marketing*. European Marketing Academy.

Santoso, S. (2011). *Dasar-dasar Pendidikan TK*. Universitas Terbuka.

Schiffman and Lazar Kanuk. (2000). *Costumer Behavior* (Internasio). Prentice Hall.

Sugiyono, A. (2008). *Teknologi Daur Kombinasi Gasifikasi Batubara Terintegrasi 1 Oleh*. 1–9.

Sugiyono, F. X. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. CV. Alfabeta.

Sugiyono, F. X. (2017). *Neraca Pembayaran: Konsep, Metodologi dan Penerapan (Vol. 4)*. Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank

Indonesia.

Sujarweni, V. W. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Pustaka Baru Press.

Sumarwan, ujang. (2004). *Perilaku konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran* (Edisi pert). Graha Ilmu.

Tilome, A. A., Idji, R. A., & Lakoro, R. (2017). Kualitas Pelayanan Publik Dalam Penyediaan Air Bersih Di Desa Bulontio Barat Kecamatan Sumalata Kabupaten Gorontalo Utara. *Publik: (Jurnal Ilmu Administrasi)*, 6(1), 13. <https://doi.org/10.31314/pjia.6.1.13-22.2017>

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.

Widiati, A. (2020). PERANAN KEMASAN (PACKAGING) DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN PRODUK USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI “MAS PACK” TERMINAL KEMASAN PONTIANAK. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 8(2). <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670>

Wismawati, N. K. J. (2020). Kuesioner Penelitian. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 6(1), 51–66.

Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KOSMETIK. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11–18. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i1.81>

Daftar Website:

1. Statista. 2024. Kosmetik & Perawatan pribadi
<https://www.statista.com/forecasts/1276190/cosmetics-market-revenue-in-the-asia-pacific-region-by-country> (diakses pada tanggal 10 Mei 2024)

2. Atiek Ishlahiyah Al Hamasy. 2022. Ekonomi
<https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2022/10/25/bpom-menilai-industri-kosmetik-akan-tetap-berkembang> (diakses pada tanggal 10 Mei 2024)
3. M Ivan Mahdi. 2022. Data Indonesia
<https://dataindonesia.id/varia/detail/pendapatan-produk-kecantikan-di-indonesia-diproyeksi-terus-naik> (diakses pada tanggal 10 Mei 2024)
4. Aini. 2023. Merkbagus.id
<https://merkbagus.id/kosmetik/> (diakses pada tanggal 10 Mei 2024)
5. Brand. 2021. *Top Brand Index*
<https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/> (diakses pada tanggal 12 Mei 2024)
6. *Paragon Technology and Innovation*. 2017. *Brand*
<https://www.paragon-innovation.com/brand> (diakses pada tanggal 18 Mei 2024)
7. Kompas Market Insight. 2021
<https://compas.co.id/product/compas-market-insight-road-to-harbolnas-report-2024/> (diakses pada tanggal 30 Oktober 2024)