

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A., 2011, *Brand Relevance: Making Competitors Irrelevant*, Boston: Jossey-Bass.
- Amalina, Hidanah Nur, 2021, *Analisis Pengaruh Social Media Marketing, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Masa Pandemi Covid-19*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah: Jakarta.
- Bhandari, P., 2023, *Construct Validity: Definition, Types, & Examples*, Scribbr, <https://www.scribbr.com/methodology/construct-validity/> diakses pada 12 Maret 2024.
- Blokdyk, Gerardus, 2020, *Brand Image a Complete Guide*, Brendale, Australia 5STARCOOKS.
- Caputo, Antonella, 2021, *Branding Notebook: How to Create Your Brand Image*, Singapore: Lulu Press, Inc.
- Coaker, Willie, 2021, *Branding With Images: The Ultimate Guide to Grow Your Business with Images: How to Build a Strong Brand Image*, New York: Independently published.
- Darma, B., 2021, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*, GUEPEDIA.
- Djaali dan Pudji, Muljono, 2008, *Pengukuran dalam Bidang Pendidikan*, Jakarta: Grasindo.
- Ernawati, I. dan Islamiyah, W.R., 2019, Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Kepatuhan MglS (Morisky, Green, Levine Adherence Scale) Versi Bahasa Indonesia Terhadap Pasien Epilepsi, *Jurnal Ilmiah Ibnu Sina (JIIS): Ilmu Farmasi dan Kesehatan*, 4: 305–313.
- Espíndola, Jéssica Inthurn, 2020, *Country Image and Brand Image: The Effects "Country Image" and "Brand image" on Luxury Products*, Singapore: Scienia Scripts.
- Ezeuduji, I.O dan Mhlongo P.S., 2019, Tourists' Perceptions of a Destination Brand Image: KwaZuluNatal, South Africa, *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*. 8 (4), 1-11.
- Fauzy, A., 2019, *Metode Sampling, Edisi Kedua*, Universitas Terbuka, Tangerang Selatan.
- Foster, B., 2016, Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product "Amidis" (Case Study on Bintang Trading Company), *American Research Journal of Humanities and Social Sciences*. 2, 1-11.

- Ghozali, Imam, 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam, 2016, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*, Edisi Kedelapan, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam, 2018, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Haasiani, N., 2022, Data Penjualan Kosmetik Wajah: Brand Lokal Kuat Bersaing, *Compas*, <https://compas.co.id/article/data-penjualan-kosmetik/> diakses pada 19 Maret 2024.
- Hardani, Andriani, H., Asri Fardani, R., Ustiawaty, J., Fatmi Utami, E., Juliana Sukmana, D., dkk., 2020, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, CV Pustaka Ilmu, Yogyakarta.
- Hendryadi, H., 2017, Validitas Isi: Tahap Awal Pengembangan Kuesioner, *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2: 169–178.
- Jan, M. T., Haque, A., Abdullah, K., Anis, Z., & Faisal, E. Alam, 2019, Elements of Advertisement and their Impact on Buying Behaviour: A Study of Skincare Products in Malaysia, *Management Science Letters*, 9(10), 1519–1528. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.033>.
- Janie, D.N.A., 2012, *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda dengan SPSS*, Semarang University Press, Semarang.
- Kompyang Gede Sathya Narayana dan Gede Bayu Rahanatha, 2020, Peran *Brand Image* Memediasi *Social Media Marketing* terhadap Keputusan Pembelian, *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 9, No. 5, 2020: 1962-1982 DOI: <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i05.p16>, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali.
- Kotler, P., & Lane, K., 2009, *Marketing Management*, Pearson Education.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016, *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P dan Armstrong, 2018, *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, P.T., Keller, K.L., Brady, M., Goodman, M., Hansen, T., 2019, *Marketing Management*, Singapore: Pearson Education.
- Kurniasari, Thalita Vania, 2021, *Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Makeover*, Skripsi, Program Studi D3 Manajemen, Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

- Lutfie, H., & Marcelino, D., 2020, Creating online purchase decision and brand image based on advertising effectiveness with epic model, *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(3), 346-366.
- Mcpheron, Abbey, 2021, *Growing Your Business: Brand Image and The Secrets to Success: How to Use Images to Grow Influence*, New York: Independently published.
- Mileva, Lubiana dan Fauzi Achmad, 2018, Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol 58 No. 1.
- Nararya Narottama & Natasha Erinda Putri Moniaga, 2022, *Pengaruh social media marketing terhadap keputusan pembelian konsumen pada destinasi wisata kuliner di kota Denpasar*, Article in *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, January 2022 DOI: 10.24843/JUMPA.2022.v08.i02.p19.
- Narottama, N. dan Moniaga, N.E.P., 2022, *Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Destinasi Wisata Kuliner di Kota Denpasa*, JUMPA Volume 8 Nomor 2, Fakultas Pariwisata Universitas Udayana.
- Nel Arianty & Ari Andira, 2021, Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen: Volume 4, Nomor 1, Maret 2021* <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO> diakses pada 15 November 2023.
- Notoatmodjo, S., 2014, *Metodologi Penelitian Kesehatan*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Oktaviasih, Lintang, 2022, *Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya pada Kepuasan Konsumen Perumahan Taman Arroyan Tangerang*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Sunarti, Prasetya, E. G., & Yulianto, E., 2018, Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis Angkatan 2014 konsumen Air Mineral Aqua), *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62(2), 214–22.
- Puspasari, H. dan Puspita, W., 2022, Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Tingkat Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa terhadap Pemilihan Suplemen Kesehatan dalam Menghadapi Covid-19, *Jurnal Kesehatan*: 13.
- Sahney, A., 2016, A Review of Brand Image and Its Impact on Buying Behavior, *International Journal of Academic Research and Development*, 1 (8), 1-3.
- Sandu, S. dan M. Ali, S., 2015, *Dasar Metodologi Penelitian*, Literasi Media Publishing, Sleman.

- Simonson, Alex., Schmitt, Bernd H., 2009, *Marketing Aesthetics: The Strategic Management of Brands, Identity, and Image*, New York: Free Press.
- Sociolla, 2023, Somethinc, *Beauty Journal* <https://images.app.goo.gl/R5jAgeZV3hA5rinVA> diakses pada 10 November 2023.
- SPSS Indonesia, 2021, [https://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-validitas-product-momen-spss.html#google\\_vignette](https://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-validitas-product-momen-spss.html#google_vignette) diakses pada 20 Maret 2024.
- Sugiyono, 2007, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Keenam, Jakarta: Alfa Beta.
- Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2019, *Statistika Untuk Penelitian*, CV. Alfabeta, Bandung.
- Sumarwan, Ujang, 2014, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Supriyadi, Wahyu Wiyani, dan Ginanjar Indra K.N, 2017, Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang), *Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 4 No.1*, Januari 2017, Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka, Malang.
- Tharpe, Contrecia, 2014, *Branding Blocks: A Guide For Developing a Brand and Image For Success*, Antioch, USA: Dolce Beletto.
- Tingkir, C. F., 2014, Pengaruh Identitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Melalui Citra Merek dan Kepercayaan Merek Toyota, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 62–69, <https://doi.org/10.9744/pemasaran.8.2.62-69>.
- Ulfat, S., Muzaffar, A., & Shoaib, M., 2014, To Examine the Application and Practicality of Aakers' Brand Equity Model in Relation with Recurrent Purchases Decision for Imported Beauty Care Products (A Study of Female Customers' of Pakistan), *European Journal of Business and Management*, 6(11), 120–134.
- Wahyudi, Aliffian Farhan, 2023, *Faktor Keputusan Pembelian Obat Analgesik Topikal Bagi Penderita Gangguan Muskuloskeletal*, Skripsi, Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Wardhana, Aditya, et al., 2021, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Media Sains Indonesia.
- Widi, Shilvina, 2023, *Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023*, DataIndonesia.id,

<https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023> diakses pada 10 September 2023.

Yulastuti, D., 2022, Prospek Industri Kosmetik Kian Cantik di 2022, *Fortune Indonesia*.