

DAFTAR PUSTAKA

- Amala, S., & Budimansyah, B. (2021). Pengaruh Penggunaan iklan dan citra merek terhadap minat beli konsumen pada produk kecantikan halal Safi dalam perspektif ekonomi Islam (studi pada toko TopShop kota Bandar Lampung). *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(2), 141-154.
- Jefkins, Frank. 2014. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- John M. Echlos, *Kamus Inggris Indonesia*. (Jakarta:PT. Gramedia, 2014), 424.
- Khasanah, S. H., Ariani, N., & Argo, J. G. (2021). Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 394-411.
- Kotler, Philip. 2010. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2016. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Kontrol*, Jilid 1. Jakarta: PT. Prehalindo
- Latifah, F., & Iswari, R. (2013). *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. Gramedia Pustaka Utama.
- Martha Tilaar. September 2012. *Indonesia Bersolek Tata Rias Korektif*. Jakarta
- Nasution, Y. U. K., Lubis, M. S., & Angin, T. B. B. (2021). WACANA IKLAN KOSMETIK DI TELEVISI BERDASARKAN DIKSI DAN GAYA BAHASA. *JURNAL BASASASINDO*, 1(2), 105-113.
- Ni'mah, N. (2013). Analisis Pengaruh Iklan Kosmetik Wardah di Televisi Swasta SCTV Terhadap Minat Beli Siswi Jurusan Tata Kecantikan di SMK Negeri 3 Pekanbaru (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Nursyecha, N., Sapari, Y., & Risnawati, R. (2021). Pengaruh iklan Shopee di televisi dalam pembentukan brand awareness platform aplikasi Shopee terhadap minat beli konsumen. *Journal Signal*, 9(1), 01-13.
- Oktavia, S., Ramdan, A. M., & Norisanti, N. (2020). Kekuatan Efektivitas Iklan Dan Kepercayaan Merek Dalam Membentuk Kinerja Merek Pada Produk Kosmetik Lokal. *Universitas*, 2(6).
- Prianto, J. 2014. *CANTIK*. PT Gramedia Pustaka.

Santika, Y. (2018). *Pengaruh Iklan Kecantikan terhadap Perilaku Pemakaian Kosmetika Perawatan Anti Aging Pada Ibu Rumah Tangga* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA).

Stefani, S. (2013). *Analisis Pengaruh Iklan Televisi, Celebrity Endorser, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik Berlabel "Wardah"* (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Talopod, R. V., Tampi, J. R., & Mukuan, D. D. (2020). Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Skincare dan Kosmetik the Body Shop Manado Town Square. *Productivity*, 1(3), 251-255.

Wells, William, Burnet, John & Moriarty, Sandra. 2006. *Advertising*. (8th Edition). New Jerse: Prentice Hall Inc.

Wibowo, M. C. (2021). PERENCANAAN MEDIA IKLAN. *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 1-258

