

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Wardhana. (2024). *Brand Management In The Digital Era² Edisi Indonesia*
Penulis : Aditya Wardhana Penerbit CV. Eureka Media Aksara.
- Alfonsius, Sari, V., Suwarni, E., & Sholihah, R. (2023). Perilaku Konsumen. In *Perilaku Konsumen*.
- Alves, T. F. R., Morsink, M., Batain, F., Chaud, M. V., Almeida, T., Fernandes, D. A., da Silva, C. F., Souto, E. B., & Severino, P. (2020). Applications of natural, semi-synthetic, and synthetic polymers in cosmetic formulations. In *Cosmetics* (Vol. 7, Number 4). MDPI AG.
- Chernev, Alexander. (2020). *Strategic Brand Management*. Chicago: Cerebellum Press
- Daga, R. (2024). Branding marketing 5.0. Penerbit Adab
- Dema, F. U. H., & Rokhman, N. (2021). Pengaruh.Harga, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Blush On Emina di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*
- Dewi, I. S., Amalia, N. R., Susanto, Andriani, C., & Afriady, A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Dan *Brand image* Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Pada Mahasiswa Universitas Semarang. *Indonesian Accounting Research Journal*.
- Dhani, M. J. P., & Agustin, S. (2022). Pengaruh Gaya Hidup , Kualitas Produk , Promosi , Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow for Men. *Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Endah Wulandari, & Sujono, I. (2024). Pengaruh *Brand image* Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hanasui Pada Mahasiswi Universitas Bhinneka PGRI. *Utility: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi*.
- Fauzani, A. R., Putri, M., Batubara, F. A., & Putri, W. A. M. (2025). *Beauty is easy: Panduan make up sehari-hari anti ribet*. Cipta Media Nusantara.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*.
- Herlina, F. (2024). Pengaruh Penggunaan Make-Up Sederhana Terhadap Kepercayaan Diri Wanita. *Jurnal Tata Rias*.
- Izzati, A. R., Mariska, R., Widiyanti, S., Fahya, A. N., Eko, F. A., Ekaptinigrum, P. A., & Aprianto, N. E. K. (2023). *Pelaksanaan Beauty Class sebagai Upaya Pengembangan Potensi Diri Wanita Muda di Desa Karanganyar bersama Wardah Beauty*.

- Karuniawaty, A. (2021). Hubungan Tingkat Pengetahuan Kosmetika dengan Perilaku Menghindari Kosmetika yang Mengandung Rhodamin-B. *Jurnal Tata Rias*.
- Kolinug, M. S., Mananeke, L., & Tampenawas, J. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.
- Keller, K., & Kotler, P. (2016). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Kotler & Armstrong, Principles of Marketing | Pearson. In *Pearson*.
- Lusiana, M. (2025). Kreativitas Artistik Di Balik Tata Rias Panggung. *Deepublish*.
- Mita Sari Tolan, Frendy A.O. Pelleng, & Aneke Y. Punuindoong. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Productivity*.
- Muflih, N., & Tripermata, L. (2023). Pelatihan Make-Up Sebagai Upaya Meningkatkan Kepercayaan Diri Bagi Wanita Di Desa Alai Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim. *Communnity Development Journal*.
- Muhamad, N. (2025). 10 merek “*Setting spray*” terlaris di Shopee Indonesia Kuartal I 2025. Katadata – Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologitelekomunikasi/statistik/689981f5d023/10-merek-setting-spray-terlaris-di-shopee-indonesia-kuartal-i-2025> diakses pada tanggal 12 November 2025
- Nabila, R., & Prihatin, P. T. (2024). Adaptasi Makeup Cleopatra pada Tata Rias Wajah Kesempatan Pesta Malam. *Journal of Education Research*.
- Oktaviani, T., Widhiati, S., Kariosentono, H., Irawanto, M. E., & Oktavriana, T. (2024). Allergens Causing Allergic Contact Dermatitis in Cosmetic Products: A Systematic Review. *SKIN: Journal of Cutaneous Medicine*.
- Pangemanan, S. P. (2024). Manajemen Pemasaran & Manajemen Pemasaran Jasa. In *penerbit Alfabeta* (Vol. 1, Number 1).
- Putri, H. Y., Pradhanawati, A., & Daryanto Seno, A. H. (2022). Pengaruh Promosi Media Sosial dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kosmetik Pond’s (Studi Kasus pada Toko Jun Kosmetik di Kota Solok). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Putri, O. E., & Kariosentono, H. (2025). Dermatitis Kontak Alergi Akibat Bahan Kosmetik. *Trimurti: Jurnal Ilmu Kedokteran Dan Islam*, (1).

- Rahmawati N. W. Sarjono J & Fatuh, A. (2023). *Kecantikan Wanita Muslimah Dalam Film Pendek "Cantik Itu Baik" Karya Teladan Cinema (Analisis Semiotika Roland Barthes)*.
- Riyanto, S., & Setyorini, W. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif Dengan Pendekatan Smartpls 4.0*. Deepublish.
- Sirait, N. K., & Sitorus, D. H. (2025). *Pengaruh Brand image, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Luxcrime Pada Kkv Grand Batam*.
- Siswanto, E. P., & Hastuti, M. A. S. W. (2023). *Pengaruh Brand image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Toko Mourish Shoplist Tulungagung*. *Jurnal Economina*.
- Sugiyanto, & Haryoko, U. B. (2020). *Manajemen Pemasaran* (G. N. Sanjaya, Ed.). Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM) Banten.
- Sugiyono, Prof. DR. (2019). Buku sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Number 1).
- Suriana, dewi muliyawan dan neti. (2013). *A-Z tentang Kosmetika*. *ElexMedia Komputindo*.
- Tjiptono Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. In *Yogyakarta: Andi*.
- Tranggono, R. I. dan Latifah, F. (2007). *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. In *Forte Journal* (Vol. 4, Number 1).
- Yulianty, Setyawan, O., & Indrastuti, S. (2021). *Influence Of Product Quality, Price, Promotion And Brand image Towards Purchasing Decisions Of Wardah Lipstick Cosmetics In Pekanbaru City*. *Kewirausahaan Dan Bisnis*.