

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategi*. Edisi kedelapan. Salemba Empat. Jakarta.
- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Cetakan Kesembelian, Alfabeth.
- Ayu dan wardhana. 2016. Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Brand Image The Body Shop Pada Store Festival Citylink Bandung. *E-Proceeding Of Management. Vol.3, No.1*.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Metodologi Penelitian Deskriptif*. Cetakan V Ghalia, Jakarta.
- Cooper, D. R., & Schindler, S, P. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Media Global Edukasi.
- Davis, 2000. *The Relative Importance or Perceived Ease of use in Is adoption : A Study of E-commerce Adoption*. ABI/INFORM global.
- Gupta, Shruti dan Ogden, Denise T. (2009). To Buy Or Not To Buy? A Social Dilemma Perspective On Green Buying. *Journal of Consumer Marketing*, Vol.26, No.6
- [Http://notifikos.pom.go.id/bpomnotifikasi/document_peraturan/HK.03.1.23.08.11.07517 TAHUN 2011 Tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika.pdf](http://notifikos.pom.go.id/bpomnotifikasi/document_peraturan/HK.03.1.23.08.11.07517_TAHUN_2011_Tentang_Persyaratan_Teknis_Bahan_Kosmetika.pdf)
- Hasan, Ali. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS
- Hastono. 2019. Pengaruh Citra Merek Kosmetik Maybelline Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Carrefour Cabang Tangerang City. *Jurnal Ekonomi Efektif. Vol.16, No.2*.
- Jugiyanto, 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: ANDI.
- Kasali, Rhenald. 2011. *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Keller, Kevin L. 2013. *Strategic Brand Management; Building, Measuring, and Managing Brand Equality. Fourth Edition Harlow, English: Pearson Education Inc.*
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin. Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.

- Lamb, J., W, J. F. C., Hair, J., dan Carl, M. 2011. *Pemasaran*. Jakarta: PT Salemba Emban Patria.
- Ming H. Hsieh. 2012. Identifying Brand Image Dimensionality and Measuring the Degree of Brand Globalization: A Cross-National Study. *Journal of International Marketing*, Vol. 10, No. 2, Special Issue on Global Branding
- Ozturk, A. B. (2016). *Customer acceptance of cashless payment systems in the hospitality industry*. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(4), 801-817
- Petter J. Paul dan Olson Jerry C. 2010. *Consumer Behavior and Marketing Strategy 9th ed.* New York, USA: Mc Graw Hill.
- Riley Debra, Nathalie Charlton dan Hillary Wason. The impact of brand image fit on attitude towards a brand alliance. *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society* Vol. 10, No. 4, Winter
- Richard A. Spreng. et al. 1996. Information Processing. with Richard L. Divine, in 1994 *Asia Pacific Association for Consumer and Business Studies*, G.
- Saladin, Djaslim. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Linda Karya
- Sangadji, Etta. M dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Saputra dan Pranata. 2017. Pengaruh Brand Image Terhadap Kesetiaan Pengguna Smartphone Iphone. *Jurnal Sositologi*. Vol.13, No.3.
- Sarwono, J. (2012). *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif (Menggunakan Prosedur SPSS) Tuntutan Praktis Dalam Menyusun Skripsi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Setiadi, J. Nugroho (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media
- Schiffman, Leon.G., dan Leslie Lazar Kanuk. 2006. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ke-7. Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip. PT. Indeks, Jakarta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis. Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. dan Limakrisna, 2007. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*, Mitra Wacana Media, Jakarta
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Tranggono RI dan Latifah F, 2007, *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta; Hal. 11, 90-93, 167.

- Wason Hilary dan and Nathalie Charlton. 2015. How Positioning Strategies Affect Co-Branding Outcomes. *Cogent Business & Management* (2015), 2: 1092192
- Wang Y. H. and Tsai CF. (2014). The Relationship Between Citra merek And Minat beli: Evidence From Award Winning Mutual Funds. *TheInternational Journal of Business and Finance Research* Vol.8 No.2.
- Wish, John R, Donald G. Steely, Stephen E. Tritten. 1978. *The consumer, The Art Of Buying Wisely*. New Jersey : Prentice Hall, Inc.