

## DAFTAR PUSTAKA

- Agnelia, R. A., & Wardhana, A. 2016. Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Minat Beli Konsumen Baraya Travel Pool Buah Batu (Studi pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom Angkatan 2013). *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*. Vol. 10.
- Agnes, Naibaho dan Ai Lili Yulianti (2017) Pengaruh *Brand Personality* Terhadap Minat Beli Produk *Body Mist* (Studi pada *The Body Shop* di Trans Studio Mall Bandung).
- Arikunto, S. 2002. Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Borzooei, M., & Asgari, M. (2013). *The Halal Brand Personality and Its Effect on Purchase Intention. Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 5 (3), 481-491.
- Danang, Sunyoto. (2013). Metodologi Penelitian Akuntansi. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi. Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Darmadi, Hamid. 2013. Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial. Bandung: Alfabeta.
- Dinda Niken Rachmatianti (2014) Pengaruh *Brand Personality* Terhadap Minat Beli (Studi pada Merek Kosmetik Maybelline New York). *Jurnal. Fisip Ui*.
- Dinda Niken Rachmatianti. 2014. Pengaruh *Brand Personality* Terhadap Minat Beli (Studi pada Merek Kosmetik Maybelline New York). Naskah Ringkas. Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.
- Dolatabadi, H. R., Kazemi, A., & Rad, N. S. (2012). *The Impact of Brand Personality on Product Sale Through Brand Equity (Case Study: Cosmetic Products Retailers). International Journal of Academic Research on Business and Social Sciences*, 2(11), 294.
- Donni Priansa. 2017. Manajemen Pelayanan Prima. Bandung: Alfabeta.
- Durianto, dkk. (2013). Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Euromonitor International*. (Juni 2013). *Colour Cosmetics in Indonesia*. Di unduh pada tanggal 2 Februari 2014, dari situs resmi *euromonitor*: [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas di ponegoro: Semarang

- Hafisa, D. Y. (2018). Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Halal “Wardah” (Studi pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia).
- Haryo Santoso. 2015. Pengaruh Perbedaan Jenis Kelamin Terhadap Perilaku Pembelian Produk Hijau di Semarang. Seminar Nasional Ienaco.
- Hasan, A. (2014). Marketing dan Kasus - Kasus Pilihan. Yogyakarta: Caps.
- Iffan, M., Santy, R. D., & Radaswara, R. (2018). Pengaruh Proses dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Santika Bandung. *Jurisma: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 8(2), 127-140.
- Indonesia *Finance Today*. (September 2013). Nilai Belanja Kosmetik Naik 11,6%. Diakses tanggal 13 Januari 2014, dari situs resmi Indonesia *finance today* : [www.indonesiafinancetoday.com](http://www.indonesiafinancetoday.com)
- Isyanto, P., Sapitri, R. G., & Sinaga, O. (2020). *Micro Influencers Marketing and Brand Image to Purchase Intention of Cosmetic Products Focallure. Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(1), 601-605.
- Keni, K., & Esmeralda, V. S. (2021). *Brand Personality as a Predictor of Consumer Brand Relationship*. *Jurnal Manajemen*, 25(2), 206-221.
- Kotler dan Keller. 2014. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. (2013). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14e Edition, New Jersey: Person Education, Inc.*
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management. New Jersey: Person Education, Inc.*
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2012). Prinsip - Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, P., & Sidharta, I. (2016). *Servqual on Brand Image and Equity. International Review of Management and Marketing*, 6 (4), 866-871.
- Mochammad Ikbal Almanda. 2014. Pengaruh *Brand Personality* Sepatu Nike Terhadap Minat Beli (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom). Naskah Publikasi. Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom.

- Naibaho, A., & Yuliati, A. L. L. (2017). Pengaruh *Brand Personality* Terhadap Minat Beli Produk *Body Mist* (Studi pada *The Body Shop* di Trans Studio Mall Bandung). *Jurnal Computech & Bisnis*, 11(1), 25-38.
- Naibaho, Agnes & Yuliati, Ai Lili. (2017). Pengaruh Kepribadian Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Kiranti. Bandung: Universitas Telkom.
- Narimawati, U. (2007). Riset Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Agung Media.
- Narimawati, U., Sarwono, J., Munandar, D., & Winarti, M. B. (2020). Metode Penelitian dalam Implementasi Ragam Analisis: untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi. Penerbit Andi.
- Narimawati, U., Sarwono, J., Sos, S., Affandi, H. A., & Priadana, H. S. (2020). Ragam Analisis dalam Metode Penelitian: untuk Penulisan Skripsi, Tesis, & Disertasi. Penerbit Andi.
- Narimawati, Umi, Sri Dewi Anggadini dan Lina Ismawati. 2010. Penulisan Karya Ilmiah : Panduan Awal Menyusun Skripsi dan Tugas Akhir Aplikasi Pada Fakultas Ekonomi UNIKOM. Bekasi: Penerbit Genesis.
- Narimawati, Umi, Sri Dewi Anggadini dan Lina Ismawati. 2010. Penulisan Karya Ilmiah: Panduan Awal Menyusun Skripsi dan Tugas Akhir Aplikasi Pada Fakultas Ekonomi UNIKOM. Bekasi: Penerbit Genesis.
- Narimawati. U., Jonathan S, S Sos, H Azhar Affandi, HM Sidik Priadana. 2020 Ragam Analisis dalam Metodologi Penelitian: Untuk Penulisan Skripsi,
- Nazir, Moh. (2014). Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nurhayati, A. (2021). Analisis Implementasi *Visual Story Telling Marketing* dan *Brand Trust* serta Pengaruh Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah pada Mahasiswa di Purwakarta. *Eqien - Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 108-116.
- Ocktaria, R. (2015). Pengaruh *Brand Personality* dan *Sales Promotion* Terhadap *Brand Equity* dan Keputusan Pembelian (*Survey* pada Pengguna Wardah Kosmetik di Universitas Brawijaya Malang) (*Doctoral Dissertation*, Universitas Brawijaya).
- Ocktaria, R., Kumadji, S., & Hidayat, K. (2015). Pengaruh *Brand Personality* dan *Sales Promotion* Terhadap *Brand Equity* dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*| Vol, 23(1).
- Pebriyanti, E., & Kusmayadi, O. (2022). *Brand Ambassador* and *Brand Personality* on Decision to Purchase Nature Republic in Karawang. *Aptisi Transactions on Management (ATM)*, 6(1), 83-90.

- Philander. 2013. Ekuitas Merek Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal JEMBA Vol.1 No.4
- Pratama, Andrew dan Ardhy, Joshep. 2017. “Analisa Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Melalui *Perceived Value* pada Hotel X Surabaya”. Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia.
- Priansa, D. (2017). Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis kontemporer. Bandung: Alfabeta.
- Priansa, D. J. (2017). Perilaku Konsumen. Bandung: Alfabeta.
- Priyandra, Putra. (2012). Pengaruh *Brand Personality Apple* Terhadap Minat Beli Konsumen di Kota Bandung Tahun 2012. Skripsi pada Institut Manajemen Telkom. Bandung: Tidak Diterbitkan.
- Puspasari, Anneke 2012, Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Alih Fungsi Lahan Pertanian dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Petani, Departemen Ekonomi Sumber daya dan Lingkungan, IPB , 2012.
- Rachmatianti, D. N. (2014). Pengaruh *Brand Personality* Terhadap Minat Beli (Studi pada Merek Kosmetik Maybelline New York). Fisip Ui.
- Rizaldi, A. (2020). Implementasi Manajemen Talenta dan Kerjasama Tim dalam Meningkatkan Performa Karyawan. JIPAGS (*Journal of Indonesian Public Administration and Governance Studies*), 4(2).
- Rizky, Muhammad F., Yasin, Hanifa. 2014. Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. Jurnal Manajemen dan Bisnis. Vol.14, No.02, Oktober 2014: 135-143.
- Sani, Achmad & Vivin Maharani. 2013. Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Kuisisioner dan Analisis Data). Malang: Uin Maliki Press. Cetakan Ke-2.
- Sani, Ahmad. Maharani, Vivin. 2013. Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia: Teori, Kuesioner, dan Analisis Data. Malang: Uin Press.
- Shiratina, A., Narimawati, U., & Suryana, Y. (2016). *The Chronology of Entrepreneurial Marketing Definitions. International Journal of Applied Business and Economic Research (IJABER)*, 14(2), 843-850.
- Sinaga, R. E. M., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh *Youtube Beauty Vlogger* Terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk. Jurnal Administrasi Bisnis, 63 (1), 187-196.
- Siregar Karda Yan, Zulkarnain. Analisis Pengaruh *Brand Personality* Terhadap *Brand Awareness* dan *Perceived Quality* dalam Keputusan Pembelian

- Kartu Provider XI di Kota Pekanbaru. Vol VII No. 1 Januari 2015  
Jurnal Tepak Manajemen Bisnis.
- Solomon, M. R. (2015). *Consumer Behavior Buying, Having and Being Eleven Edition. United States of America: Copyright.*
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2013, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.* (Bandung: Alfabeta).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.* Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D.* Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: CV. Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2012). *Analisis Validitas dan Asumsi Klasik.* Yogyakarta: Gava Media.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Perilaku Konsumen.* Yogyakarta: *Center of Academic Publishing Service (APS).*
- Suradi,. Et al. (2012). *Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Tepung Sagu (Studi Kasus pada Masyarakat Desa Selat Akar Merbau) Indo Top Info Website.* (2013).
- Swastha, Basu dan Irawan. 1998. *Manajemen Penjualan. Liberty: Yogyakarta.*
- Tika, Moh Pabundu, 2015. *Metode Penelitian Geografi.* Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Top Brand Award.* (2013). *Top Brand Index.* [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_for\\_teens\\_index\\_2013](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_for_teens_index_2013). (Diakses pada tanggal 7 April 2015).
- Tsordia, C., Papadimitriou, D., & Apostolopoulou, A. (2018). *Building a Sponsor's Equity Through Brand Personality: Perceptions of Fans and Rivals. Sport, Business and Management: An International Journal*, 8(5), 454–468. <https://doi.org/10.1108/SBM-09-2017-0050>
- U Narimawati. 2010. *Metodologi Penelitian: Dasar Penyusun Penelitian Ekonomi.* Jakarta: Penerbit Genesis.
- Umi Narimawati, 2012, *Riset Manajemen Sumber Daya Manusia,* Agung Media, Jakarta.

- Umi, Narimawati. 2010. Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi. Bandung: Agung Media.
- Umi, Narimawati., Sri Dewi, Anggadini., Linna, Ismawati. 2011, Penulisan Karya Ilmiah, Edisi Pertama, Genesis. Pondok Gede, Bekasi.
- Umi, Narimawati; Jonathan Sarwono; Dadang Munawar; Marlina Budhiningtias Winanti. 2020. Metode Penelitian dalam Implementasi Ragam Analisis. Yogyakarta: Andi.