

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. & Tantri, F. (2012). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Rajawali pers.
- Ambarwati, M. dkk. (2015). 'Pengaruh citra merek terhadap minat beli'. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 25, No. 1.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali pers.
- Dei, G. A. T. & Sukaatmadja, I. P. G. (2015) 'Pengaruh brand image memediasi kredibilitas celebrity endorser terhadap purchase intention'. vol 4 number 5. Hlm.1206-1228
- Ghozali, I. (2014). *Structural equation modeling metode alternatif dengan partial least square (PLS)*. Semarang, Indonesia: Universitas Diponegoro.
- Hanzaee, K.H & Andervazh, L. (2012). 'The influence of brand loyalty on cosmetics purchase intention of iranian female consumers'. *Journal Of Basic and Applied Scientific Research*. ISSN 2090-4304.
- Hartono, J. (2011). *Konsep dan aplikasi structural equation modeling (SEM) berbasis varian dalam penelitian bisnis*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hasan, A. (2013) *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Kaunang, P.T. (2013). 'The effect of brand image, price and perceived quality on customers purchase intention in planet surf, manado'. *Jurnal EMBA*, Vol.1 no.4 Desember 2013, Hlm. 1098-1105
- Kotler (2012) *Marketing management. published by pearson education, publishing as prentice hall*
- Lin, N. H. & Lin, B. S. (2007) 'The effect of brand image and product knowledge on purchase intention moderated by price discount'. *Journal of International Management Studies*, August: 2007.
- Mangkunegara, A. P. (2012). *Perilaku konsumen*. Bandung : PT. Refika Aditama.

- Martha tilaar (2017). Daftar produk martha tilaar. Diakses 22 Februari 2017, dari: <https://marthatilaarshop.com/products/list/new>
- Martha tilaar (2017). Lokasi workshop martha tilaar. Diakses 22 Februari 2017, dari :https://www.google.com/?gws_rd=ssl#q=martha+tilaar&rflfq=1&rlha=0&rllag=6260261,106806873,8706&tbm=lcl&tbs=lf_pqs:EAE,lf:1,lf_ui:3&*&rldoc=1
- Martha tilaar (2016). Sejarah martha tilaar. Diakses 22 Februari 2017, dari: <http://www.marthatilaargroup.com/id/perusahaan/sejarah.html>
- Nusarika, L. A. K. & Purnami, N. M. (2015). 'Pengaruh persepsi harga, kepercayaan, dan orientasi belanja terhadap niat beli secara online'. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 8, 2015: 2380-2406.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen pemasaran modern*. Yogyakarta : LaksBang PRESSindo.
- Ruslim, T. S. & Andrew, R. (2012). 'Pengaruh brand image dan product knowledge terhadap purchase intention'. Vol. 4, No.1, ISSN: 2085-3106.
- Schneider, G. at.al (2005). Pengetahuan tentang kosmetik. Diakses 22 Februari 2017, dari: <https://id.wikipedia.org/wiki/Kosmetik>
- Sangaji, E. M. & Sopiah (2013). *Perilaku konsumen*. Yogyakarta.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi pemasaran terpadu dalam periklanan dan promosi*. Jakarta : Salemba 4.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyari, I. N. & Yoestini (2012). 'Analisis pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli produk oriflame'. Vol. 1, No. 1.
- Sulu, A. C., At.al (2016). 'The analysis of consumer purchase intention towards cosmetic product based on product origin'. Vol.4, No.2, ISSN 2303-1174.
- Tjiptono, F. & Chandra, G. (2012). *Pemasaran stratejik*. Yogyakarta : CV. Andi Offset

Top Brand Award (2014). Daftar top brand award 2014. Diakses 22 Februari 2017, dari: http://topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2014_fase_1

Top Brand Award (2015). Daftar top brand award 2015. Diakses 22 Februari 2017, dari : http://topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2014_fase_1

Top Brand Award (2016). Daftar top brand award 2016. Diakses 22 Februari 2017, dari: http://topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_1

Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Jakarta. (2016). Buku pedoman penulisan skripsi 2016, Jakarta : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Jakarta. Jakarta.

