

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker. D.A (2013). *Manajemen pemasaran strategis: Strategic marketing management*. (David Wijaya, Herwita Titi Sekartaji, Hirson Kurnia, Penerjemah), Jakarta: Salemba Empat.
- Calvo. C and Porral. M.F.L (2015). 'Private Labels: The Role of Manufacturer Identification, Brand Loyalty and Image on Purchase Intention'. *British Food Journal*. Vol 117 Iss 2 pp
- Ferdinand. A (2011). *Metode penelitian manajemen*, Semarang: CV.Indoprint.
- Ghozali. I (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan. A (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, Yogyakarta: CAPS
- Keller. K.L (2013). *Strategic brand management*, United States: Pearson Education.
- Kotler.P and Keller. K.L (2012). *Marketing management*, United States of America: Person Education
- Kertamukti. R (2015). *Strategi kreatif dalam priklanan konsep pesan, media, branding*, Anggaran, Jakarta: Rajawali Pers.
- Landasan teori (2017). Pengertian MLM definisi multi level marketing dan cara kerjanya. Diakses pada tanggal 11 juli 2017 <http://www.landasanteori.com/2015/09/pengertian-mlm-definisi-multi-level.html?m=1>
- Life and Style (2017). Memetaskan orientasi industri kosmetik global. Diakses pada tanggal 8 februari 2017 <http://m.bisnis.com/lifestyle/read/20160220/104/521007/memetaskan-orientasi-industri-kosmetik-global>
- Mangkunegara. A.P (2012). *Perilaku konsumen*, Bandung: PT. Reflika Aditama.

- Oriflame Sweden (2017). Corporate info diakses tanggal 8 februari 2017
<https://www.id.oriflame.com>
- Republika (2017). Industri kosmetik domestik diyakini tumbuh cepat tahun ini. Diakses pada tanggal 8 februari 2017
<http://m.republika.co.id/berita/ekonomi/makro/16/04/15/o5nu4b382-industri-kosmetik-domestik-diyakini-tumbuh-cepat-tahun-ini>
- Sadat. A.M (2009). *Brand relief: strategi membangun merek berbasis keyakinan*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sari. N.P dan Retno. W.P.A (2014). Hubungan Antara Kesadaran Merek, Kualitas Persepsian, Kepercayaan Merek dan Minat Beli Produk Hijau. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol.5, No.1.
- Sarjono, H & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah pengantar, aplikasi untuk riset*, Jakarta: Salemba Empat.
- Setyaningrum. A, Jusuf. U, dan Efendi (2015). *Prinsip-prinsip pemasaran: plus tren terkini tentang pemasaran global, pemasaran jasa, green marketing, entrepreneurial marketing, E-Marketing*, Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono (2014). *Metode penelitian manajemen: pendekatan tentang kuantitatif, kualitatif, kombinasi (mixed methods), penelitian tindakan (action research), penelitian evaluasi*, Bandung: ALFABETA, CV.
- Sunyoto. D (2013). *Teori, kuesioner, dan analisis data untuk pemasaran dan perilaku konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Supranto.J (2016). *Statistik teori dan aplikasi*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Susilo. I, Hatane. S (2015). 'Analisa Pengaruh Emosional Marketing Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Awareness Pada Produk Dove Personal Care di Surabaya'. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol.9, No.1. hlm.23-34. ISSN 1907-235X
- Tharmi.U and Samithamby Senthilnathan (2015). 'The Relationship of Brand Equity to Purchase Intention'. *Journal of marketing management*. ISSN 0972-6845
- Top Brand Award (2017). Top Brand Index. Diakses pada tanggal 8 februari 2017
<http://www.topbrand-award.com>

Walangitan. A, Sifrid. S.P, and Farlane. S.R. 'Analysing The Impact of Brand Equity on Consumer Purchase Intention of Etude House Cosmetic Product in Manado'. *Jurnal EMBA*, Vol.3, No.2, hlm 758-766. ISSN 2303-1174.

Wanita dan fashion (2017). Pentingnya kosmetik bagi wanita. Diakses pada tanggal 8 februari 2017. <http://wanitaandfashion.blogspot.co.id/2014/06/pentingnya-kosmetik-bagi-wanita.html?m=1>

Wolipop lifestyle (2017). Tak hanya sebagai riasan akhir, Ini 6 manfaat lipstik untuk wanita. Diakses pada tanggal 8 februari 2017 <http://m.detik.com/wolipop/read/2015/04/05/111937/2878255/234/tak-hanya-sebagai-riasan-akhir-ini-6-manfaat-lipstik-untuk-wanita>

Yudhiarthika. D dan Jony. O.H (2012). 'Pengaruh Personal Selling, Display, Promosi Penjualan Terhadap Kesadaran Merek dan Intensi Membeli pada Produk Kecantikan Pon's'. *Buletin Studi Ekonomi*, Volume.17, No.2. ISSN 1410-4628.

