

## DAFTAR PUSAKA

- Aaker, D. (1991). *Managing Brand Equity Capitalizing on the Value of Brand Name*. New York: The Free Press.
- Algustin, W., & Matoati, R. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Minat Beli Ulang Produk Emina pada Generasi Z. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*.
- Ayun, Q. R. (2020). *PT Paragon Technology and Innovation* [online]. Tersedia: <https://www.tribunnewswiki.com/2020/03/08/pt-paragon-technology-and-innovation> [9 Oktober 2020].
- Beauty, W. R. (2020). *Wardah Product* [online]. Tersedia: <https://www.wardahbeauty.com/id/product> [9 Oktober 2020].
- Bisnis, P. (2020). *Indonesia Pasar Potensial Produk Kosmetik* [online]. Tersedia: <http://pelakubisnis.com/2020/02/indonesia-pasar-potensial-produk-kosmetik/> [14 Oktober 2020].
- Budiati, I., Susianto, D., Adi P, D. P., Ayuni, S., Reagan, H. A., Larasaty, P., . . . Saputri, V. G. (2018). *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- Databoks. (2019). *Jumlah Penduduk Indonesia 2019 Mencapai 267 Juta Jiwa* [Online]. Tersedia: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/01/04/jumlah-penduduk-indonesia-2019-mencapai-267-juta-jiwa#> [10 Oktober 2020].
- Ekarina. (2019). *Tren Perawatan Kecantikan Naik, Industri Kosmetik Dipatok Tumbuh 9%* [Online]. Tersedia: <https://katadata.co.id/ekarina/berita/5e9a51a7c8e5d/tren-perawatan-kecantikan-naik-industri-kosmetik-dipatok-tumbuh-9> [10 Oktober 2020].
- Farahnews. (2019). *Wardah Pastikan Tetap Menjadi Market Leader Industri Kosmetik* [Online]. Tersedia: <https://www.farah.id/read/2019/08/14/1181/wardah-pastikan-tetap-menjadi-market-leader-industri-kosmetik> [10 Oktober 2020].
- Global Business Guide. (2018). *Overview of Indonesian Cosmetic Sector Growing Domestic and Export Markets* [Online]. Tersedia: [http://www.gbgingonesia.com/en/manufacturing/article/2016/overview\\_of\\_indonesian\\_cosmetic\\_sector\\_growing\\_domestic\\_and\\_export\\_markets\\_11593.php](http://www.gbgingonesia.com/en/manufacturing/article/2016/overview_of_indonesian_cosmetic_sector_growing_domestic_and_export_markets_11593.php) [10 ktober 2020].

- Hanifa, N., & Rachmawati, I. (2018). Pengaruh Brand Association, Brand Loayality, Brand Awareness, Brand Image Terhadap Brand Equity Telkomsel (Studi Pada Generasi Y Di Indonesia). *e-Proceeding of Management*.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Ikhwati, I. L. (2017). Analisis Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal (Konsumen Wardah di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). *Repositoryyummy*.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Kovergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Kemenperin. (2018). *Industri Kosmetik Nasional Tumbu 20%* [Online]. Tersedia: <https://kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-2018> [11 Oktober 2020].
- Kemenperin. (2020). *Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik* [Online]. Tersedia: <https://kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik> [11 Oktober 2020].
- Kompasiana. (2019). *Membangun Brand yang Kuat dengan Brand Equity* [Online]. Tersedia: <https://www.kompasiana.com/talkdgtl/5d5e03e30d823063e54e1c42/membangun-brand-yang-kuat-dengan-brand-equity> [11 Oktober 2020].
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17 ed)*. United Kingdom: Person Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A framework For Marketing Management (6 ed)*. England: Pearson Education Limited.
- Kurniaputri, M. R., & Usman, H. (2020). Brand Equity dan Labelisasi Halal dalam Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Produk Libebouy. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Kurniawan, S. (2019). *Industri Kosmetik di Indonesia Makin Diperhitungkan* [Online]. Tersedia: <https://www.marketeers.com/industri-kosmetik-di-indonesia-makin-diperhitungkan/> [10 Oktober 2020].
- Lestari, E. (2018). Pengaruh Iklan Kosmetik Wardah Halal dari awal di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wardah Di Pekanbaru. *Jounal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*.
- Malau, H. (2018). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampao Era Moderanisasi Global*. Bandung: Alfabeta.

- Millah, S. (2019). *Ini Penyebab Kosmetik Indonesia Mulai Bersinar* [Online]. Tersedia: <https://lifestyle.bisnis.com/read/20190812/104/1135606/ini-penyebab-kosmetik-indonesia-mulai-bersinar> [ 11 Oktober 2020].
- Muslimawati, N. (2017). *Industri Kosmetik di Indonesia Semakin Cantik* [Online]. Tersedia: <https://kumparan.com/kumparannews/industri-kosmetik-di-indonesia-semakin-cantik/full> [11 Oktober 2020].
- Nurfadilah , S. P. (2018). *Belanja Kecantikan Perempuan di Indonesia Bisa 3 Kali Lipat dari Belanja Bulanan* [Online]. Tersedia: <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/08/20/143450226/belanja-kecantikan-perempuan-di-indonesia-bisa-3-kali-lipat-dari-belanja> [11 Oktober 2020].
- Nurfitriani, S., & Iriani, F. (2018). Citra Merek, Kualitas Merek, Harga dan Pengaruhnya Pada Minat Beli Ulang Produk Kecantikan Wardah. *Sebatik*.
- Pather, P. (2017). Brand Equity as a Predictor of Repurchase Intention of Male Branded Cosmetic Products in South Africa. *Business & Social Science Journal (BSSJ)*.
- Paragon Innovation. (2020). *About Paragoun* [Online]. Tersedia: <https://www.paragon-innovation.com/about-paragon> [9 Oktober 2020].
- Pradipta, D., Hidayat, K., & Sunarti. (2016). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Pembeli dan Pengguna Kartu Perdana simPATI Telkomsel di Lingkungan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2012 & 2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV Alfabeta.
- Priyanto, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*. Yogyakarta: Andi.
- Riduwan, & Kuncoro, E. A. (2017). *Cara Menggunakan Dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur) (Centakan:3)*. Bandung: Alfabeta.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach (Seventh Edition)*. Chichester: John Wiley and Sons Ltd.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.

- Stefano, T. (2019). Pengaruh Perceived Service Quality, Perceived Product Quality dan Perceived Price Terhadap Repurchase Intention Pada Cafe Kampung Papringan Lumajan. *Agora*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, W., & Utami, L. R. (2019). *The master book of SPSS : pintar mengolah data statistik untuk segala keperluan secara otodidak*. Yogyakarta: Start Up.
- Sulaiman, M. R., & Rachmawati, D. (2019). *Sejarah Panjang Kosmetik Halal Indonesia Bersama Wardah* [Online]. Tersedia: <https://www.suara.com/lifestyle/2019/04/16/103211/sejarah-panjang-kosmetik-halal-indonesia-bersama-wardah?page=all> [11 Oktober 2020].
- Tjiptono, F. (2011). *Seri Mnajemen Merek 01 Manajemen & Strategi Merek*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensis & Aplikasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Topbrandaward. (2020). *Top Brand Award Survei Merek Terpanjang di Dunia* [Online]. Tersedia: <https://www.topbrand-award.com/2020/08/top-brand-award-survei-merek-terpanjang-di-dunia/> [14 Oktober 2020].
- Ummah, N. N. (2019). Pengaruh Ekuita Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Kosmetik Wardah di Jember. *Digital Respository Universitas Jember*.
- Utami, H. U. (2020). Pengaruh label halal dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah Beauty: Studi pada pengguna produk Wardah di Bandung Timur. *Digital Library UIN Sunan Gunung Djati*.
- Valdo, J., & Subagio, H. (2017). Analisa Pengaruh Brand Equity terhadap Purchase Intention Konsumen pada Produk PC Tablet Apple Ipad di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*.
- Verdilla, V., & Albari. (2018). Dampak Dimensi Ekuitas Merek Dalam Membentuk Minat Beli Ulang. *Jurnal Manajemen Maranatha*.

- Wahyuddin, R., Tanamal, J., & Nainggolan, E. (2019). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Ulang Sepatu Converse All Star. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*.
- Wardah Beauty. (2020). *Wardah Product* [online]. Tersedia: <https://www.wardahbeauty.com/id/product> [9 Oktober 2020].
- Waruwu, C. B. (2019). *Sejarah Berdirinya PT Paragon Technology and Innovation Hingga Sukses* [Online]. Tersedia: <https://www.idntimes.com/life/career/christ-bastian-waruwu/sejarah-pt-paragon-c1c2/4> [10 Oktober 2020].
- Wee, C. S., Shoki, M., Zakuan, N., & Tajudin, M. N. (2014). Consumers Perception, Purchase Intention and Actual Purchase Behavior of Organic Food. *Review of Intergrative Business and Economic Research*.
- Wiastruti, R. D., & Kimberlee, S. (2018). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Simetri Coffee Roaster Puri Jakarta. *Jurnal Pariwisata*.
- Wijayanto. (2020). *Gaya Hidup Milenial Dongkrak Industri Kosmetik* [Online]. Tersedia: <https://radarsurabaya.jawapos.com/read/2020/01/14/174764/gaya-hidup-milenial-dongkrak-industri-kosmetik> [11 Oktober 2020].
- Wirdamulia, A. (2019). *Strategi Pengelolaan Makna Merek*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Zhafira, Y. A., & Rachmawati, I. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Kota Bandung. *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*.
- Zikmund, W., Babin, B., Carr, J., & Griffin, M. (2013). *Business Research Methods (9th ed)*. South Western: Cengage Learning.