

DAFTAR PUSTAKA

- Adminlina. (2021). Indonesia Pasar Potensial Produk Kosmetik. Pelakubisnis.com [online]. Tersedia: <https://pelakubisnis.com/2020/02/indonesia-pasar-potensial-produk-kosmetik/> (2 Mei 2021)
- Ali, Hasanuddin. (2020). Indonesia 2020: The Urban Middle-Class Millennials*. Hasanuddinali.com [online]. Tersedia: <https://hasanuddinali.com/2016/01/26/indonesia-2020-the-urban-middle-class-millennials/> (6 Mei 2021)
- Amirullah. (2015). Pengantar Manajemen: Fungsi, Proses, dan Pengendalian. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Amirullah. 2015. Populasi dan sampel. Malang: Banyumedia Publishing Malang
- Aryamti & Suyanto. (2019). Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Pada Kepuasan Pelanggan Klinik Kecantikan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-proceeding of management*. Jilid 6
- Bachdar, S. (2017, Mei 24). Consumer Goods: Marketeers.com. Retrieved Agustus 20, 2019, from Marketeers.com: <https://marketeers.com/menganalisa-konsumsi-kosmetik-perempuan-milenial-indonesia/>. (6 Mei 2021)
- BPS. (2020). Sensus Penduduk 2020, Sensus Era Digita. Bandungkota.bps.go.id [online]. Tersedia: <https://bandungkota.bps.go.id/news/2020/01/07/15/sensus-penduduk-2020--sensus-era-digital---.html> (6 Mei 2021)
- Damiati, Masdarini, L., Suriani, M., Made, N. D., Istri, C. R., Widiartini, K., et al. (2017). Perilaku Konsumen. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Fatihudin, D. & Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. Sleman: Penerbit Deepublish.
- Habibah, U., & Sumiati. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 36.

- Harish, G. A. & Wardhana, A. (2016). Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Preferensi Konsumen Go-Jek di Jakarta. e-Proceeding of Management, Vol.3,
- Indrawati. (2015). Metodologi Penelitian Manajemen dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi. Bandung: Refika Aditama.
- Kemenprin, A. (2017, November 25). Indonesia Masuk Kategori Negara Industri. Kemenprin.go.id [online]. Tersedia: <https://www.kemenperin.go.id/artikel/18473/Indonesia-Masuk-Kategori-NegaraIndustri> (6 Mei 2021)
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. USA: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). A Framework for Marketing Management. USA: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Indeks.
- Latief dan Yulianti (2019). PERSEPSI DAN HARAPAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PRODUK LAYANAN TRIPLE-PLAY INDIHOME PADA PT. TELKOM INDONESIA WILAYAH KOTA MAKASSAR. Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan. Vol 8 No.2
- Limakrisna, N. & Purba, T. P. (2017). Manajemen Pemasaran : Teori dan Aplikasi dalam bisnis, Edisi 2. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Mothersbaugh & Hawkins. (2016). Consumer Behavior: Building Marketing Strategy 13th Edition. New York: McGraw-Hill Education.
- Nugroho, S. (2015). Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen. Jakarta : Kencana Prenada Media.
- Pangaribuan. (2017). Efek Samping Kosmetik Dan Penanganannya Bagi Kaum Perempuan. Keluarga Sehat Sejahtera, 22-23.
- Prasetyo, D. L., Moniharapon, S., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Faktor-faktor Segmentasi Demografis Dan Segmentasi Psikografis Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store MTC Manado. Jurnal EMBA, 1339-13340.

- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Rahardjo, S. A. (2017). Analisis Atribut Yang Menjadi Preferensi Konsumen Dalam Memilih Produk HOMDS Teh Hijau. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*.
- Santoso, singgih. (2017). *Statistik Multivariat dengan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sanusi. (2016). *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Cetakan Keenam. Jakarta: Salemba Empat.
- Sari, et al. (2021). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Bandung: Yayasan Kita Menulis
- Sari, Janika Indah Putri. (2021). 5 Kiat Sukses Bangun Bisnis Skincare Pria di Indonesia. entrepreneur.bisnis.com [online].
<https://entrepreneur.bisnis.com/read/20210706/88/1414363/5-kiat-sukses-bangun-bisnis-skincare-pria-di-indonesia> (6 Mei 2021)
- Schiffman, L. G. & Wisenbit J. L. (2015). *Consumer Behavior: Eleventh Edition*. United States of America: Pearson.
- Setyanto, L. E., Arifin, Z., & Sunanti. (2017). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 20.
- Shidrawi, G. S. & Suyanto, A. M. (2019). Analisis Preferensi Konsumen Dalam Memilih Sepatu Berbahan Dasar Kulit di Indonesia. *e-Proceeding of Management*, Vol. 6, No. 1, April 2019.
- Solomon, M. R. (2015). *Consumer Behavior : Buying, Having, and being*. 11th Edition. New Jersey : Prentice-Hall.
- Sudarmono, L. H., & Mudiantono. (2016). ANALISIS PENINGKATAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI FAKTOR – FAKTOR YANG MEMBENTUK PREFERENSI MEREK COFFEE SHOP DI SOCIAL MEDIA (Studi pada J.CO Paragon Mall, Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1-11.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sumiati. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura.
- Syauqi & Aviana. (2020). Persepsi dan preferensi penggunaan skincare pada perempuan milenial dalam perspektif komunikasi pemasaran. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, Volume 4, No. 2, April 2020, hlm. 42-60
- Tamara & Suyanto (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Membentuk Perubahan Minat Konsumen Dari Makanan Tradisional Menjadi Makanan Korea Di Indonesia. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Jilid 3
- Thaher, Okatini & Jubaedah. (2020). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Kulit Wajah (Skincare) (Studi Kasus Produk Skin Care Korea Merek X). Seminar Nasional Universitas Islam Syekh Yusuf 2020
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Wartaka, M. (2016). Analysis Of The Consumers Preferences Of Lipstick Product And Its Relationship With The Segmentation Of The Lipstick Products. *The Management Journal of BINANIAGA*, 7.
- Wartaka, M. (2016). Analysis Of The Consumers Preferences Of Lipstick Product And Its Relationship With The Segmentation Of The Lipstick Products. *The Management Journal of BINANIAGA*, 7.