

DAFTAR PUSTAKA

- Chakraborty, U. (2019). The Impact Of Source Credible Online Reviews On Purchase Intention: The Mediating Roles Of Brand Equity Dimensions. *Journal of Research in Interactive Marketing*.
- Christina, Ekel Valerina. (2017). *Pengaruh Brand Equity Terhadap Minat Beli Pada Produk Starbucks*. Skripsi pada Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.
- Diskanadia, Kharina. (2021). *Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Kota Bandung*. Skripsi pada Universitas Telkom, Bandung.
- Dwinanda, Sazbilla. (2021). *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Wardah Pada Generasi Y*. Skripsi pada Universitas Telkom, Bandung.
- Enjelina, E., & Dewi, C. K. (2021). The Influence Of Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, And Brand Loyalty Toward Purchase Intention Of Emina Cosmetic Product In Bandung Region. *eProceedings of Management*, 8(3).
- Female Daily (2021). Review Produk Kosmetik Pixy. Diperoleh tanggal 1 November 2021 dari <https://reviews.femaledaily.com/brands/pixy/>
- Firdaus, Q., & Suhaeni, T. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Oronamin C di Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 6(2), 64-71.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Yogyakarta: Qiara Media.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.

- Google Trends (2021). Produk Kosmetik Pixy. Diperoleh pada 18 November 2021 dari <https://trends.google.co.id/trends/explore?date=2021-01-01%202021-12-31&geo=ID&q=%2Fg%2F11f1msm1v6>.
- Haasiani, N. (2021, Maret 25). *Data Penjualan Kosmetik Wajah: Brand Lokal Kuat Bersaing*. Diperoleh 18 Oktober 2021 dari, [compas.co.id: https://compas.co.id/article/data-penjualan-kosmetik/](https://compas.co.id/article/data-penjualan-kosmetik/)
- Hikmawat, F. (2017). *Metodologi Penelitian*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Kurniaputri, M. R. (2020). Brand Equity dan Labelisasi Halal dalam Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Produk Lifebuoy. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 450-458.
- Ladies, H. (05 Februari 2022). *Rekomendasi 4 Make Up Untuk Pemula, Harganya Terjangkau Banget*. Diperoleh 21 Februari 2022. Dari Kumparan.com: <https://kumparan.com/hello-ladies/rekomendasi-4-make-up-untuk-pemula-harganya-terjangkau-banget-1xQy8RNztZC/full>
- Limartha, M., & Erdiansyah, R. (2018). Pengaruh Brand Equity dan Product Knowledge Terhadap Minat Beli Konsumen Komunitas Hello Beauty Jakarta pada Produk Wardah. *Prologia*, 2(2), 426-433.
- Lee, J. E., Goh, M.L & Bin Mohd Noor, M.Z. (2019). Understanding Purchase Intention of University Students Towards Skin Care Products, *PSU Research Review*, 3(3), 161-178.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung : CV Alfabeta
- Mandom (2021). Berita Perusahaan Mandom. Diperoleh 29 November 2021 dari <https://www.mandom.co.id/id/news-details/781>
- Mauliddina, N., & Astuti, S. R. T. (2020). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli (Studi Pada Produk Lipstick PIXY di Kota Semarang)* (Doctoral dissertation, UNDIP: Fakultas Ekonomika dan Bisnis).

- Media Indonesia. (03 Juni 2021). *Trend Pengguna Kosmetik Meningkat, Indonesia Siap Ambil Peluang*. Diperoleh 20 Oktober 2021, dari <https://mediaindonesia.com/ekonomi/409325/trend-pengguna-kosmetik-meningkat-indonesia-siap-ambil-peluang>.
- Nafi'an, M. I. (01 Agustus 2018). *Sasar Wanita Modern, Pixy Ubah Konsep*. Diperoleh 21 Februari 2022, dari Dream.co.id: <https://www.dream.co.id/lifestyle/konsep-baru-dirilis-pixy-tampil-lebih-feminim-180801x.html>
- Nielsen, AC (2020). *Top 10 Performance Brands Cosmetics*. Jakarta.
- Novrianty, Nelly. (2017). *The Analysis of Brand Equity Towards Purchase Intention (Case Study of Wardah Brand in Yogyakarta)*. Skripsi pada Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Nusaresearch (2020). Riset Mengenai Penggunaan Makeup. Diperoleh 19 Februari 2022. Dari https://nusaresearch.net/public/news/996-Laporan_Tentang_Makeup_Routine.nsr
- Pixy Cosmetics Website. (2021). Produk-Produk Kosmetik Pixy. Diperoleh 18 Oktober 2021 dari <https://www.pixy.co.id/>
- Prambadi, G. A. (2021, May 12). *Meluncur Di Tengah Pandemi Pinkflash Tetap Optimistis*. Diperoleh 18 Oktober 2021, dari <https://www.republika.co.id/berita/qsycq5456/meluncur-di-tengah-pandemi-pinkflash-tetap-optimistis>
- Priansa, D. J. (2021). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung : CV Alfabeta
- Ramadhani, F. (2021, September 01). *Data Penjualan Kosmetik Wajah Terlaris di Shopee dan Tokopedia: Brand Makeup Lokal Kuasai Pasar!*. Diperoleh 25 Oktober 2021 dari, <https://compas.co.id/article/brand-makeup-lokal/>
- Rambe, R. M. P., & Trianasari, N. (2020). Pengaruh Dimensi Brand Equity Terhadap Purchase Intention (studi Pada Grab). *eProceedings of Management*, 7(3).

- Safriana, A. (2021). *Pengaruh Brand Equity Terhadap Costumer Buy Interst pada Produk Klinik Kecantikan Natasha Skincare di Makassar* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Sari, I. A. G. P. P., & Hasbi, I. (2020). Pengaruh Brand Equity Dan Online Consumer Review Terhadap Purchase Intention Pada Produk Sunscreen Wardah. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 9, 589-608.
- Saribu, H. D. (2019). Pengaruh Brand Equity Terhadap Purchase Intention. *Jurnal Mantik Penusa*, 3(1.1).
- Setyowati, Fajar H. K. N. (2015). Pengaruh Ekuitas Merek dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Minyak Goreng di Kota Surakarta. *Agrista: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agribisnis UNS*, vol. 3, no. 3, 2015.
- SOCO Review (2021). Review Produk Kosmetik Pixy. Diperoleh tanggal 5 November 2021 dari <https://review.soco.id/brand/659/pixy>
- Statista (2021). *Most popular makeup brands among consumers in Indonesia as of August 2020*. Diperoleh tanggal 25 Oktober 2021 dari <https://www.statista.com/>
- Statista (2021). *Revenue of cosmetics market in Indonesia from 2017 to 2025*. Diperoleh tanggal 30 Oktober 2021 dari <https://www.statista.com/>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press
- Top Brand Awards Website. (2021). Top Brand Index. Diperoleh 20 Oktober 2021 dari <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index>.

- Tribun Lifestyle. (30 Juli 2018). *Pixy My Beauty My Energy : Lebih Feminim, Simpel, dan Moderen*. Diperoleh 18 Oktober 2021 dari, <https://www.tribunnews.com/lifestyle/2018/07/30/pixy-my-beauty-my-energy-lebih-feminin-simpel-dan-modern>.
- Wahayu, Nataza Delinda (2019). *Komparasi Ekuitas Merek Produk Wardah Kosmetik Dan Pixy Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Jember).
- Widianti, N. (2019, Mei 10). *Gandeng Janine Intansari, Berikut Keseruan Acara PIXY Beauty Inspiring Talk di Bandung*. Diperoleh 21 Mei 2022 dari BeautyJournal.Id Sociolla: <https://journal.sociolla.com/beauty/pixy-cosmetics-beauty-inspiring-talk-bandung>
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian Populer dan Praktis*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.