

References

- Ahmad, H. F. (2024). *Pengaruh E-Service Quality dan Brand Image Terhadap Minat Beli (Survei Bukalapak Pada Generasi Milenial di Indonesia)*. Telkom University.
- Alamsyah, A. (2017). *Journal of Computational and Theoretical Nanoscience. Top Brand Alternative Measurement Based on Consumer Network Activity*.
https://www.researchgate.net/publication/308716102_Top_Brand_Alternative_Measurement_Based_on_Consumer_Network_Activity
- Ardy, C. (2021). PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 6.
- Azizah, R. (2021). *Pengaruh Content Marketing Dan Social Media Marketing Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei @souvenirmurah_ Di Masa Pandemi)*. Jurnal Riset Ekonomi.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap Dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Compas. (n.d.). *10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace*. 10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace.
<https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>
- Dahmiri. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Equity Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis.*, 17(2), 194-201.
- Darmanah, G. (2019). *Metodologi Penelitian*. CV: Hira Tech.
- Databooks. (2022). *Perkiraan Pendapatan Produk Perawatan Diri dan Kecantikan di Indonesia Tahun 2017-2022*. Perkiraan Pendapatan Produk Perawatan Diri dan Kecantikan di Indonesia Tahun 2017-2022.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/05/makin-meroket-pendapatan-produk-kecantikan-dan-perawatan-diri-di-ri-capai-rp11183-triliun-pada-2022>
- Databooks. (2023). *Pengguna Internet Di Indonesia Tembus 213 Juta Orang Hingga Awal 2023*. Pengguna Internet Di Indonesia Tembus 213 Juta Orang Hingga Awal 2023.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>

- Deby, R. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Titin Trenggalek. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*, 1, 1-11.
- Fimela. (2022). 8 Dari 10 Orang Indonesia Belanja Produk Makeup Hingga Rp250 Ribu Per Bulan. <https://www.fimela.com/beauty/read/5057537/8-dari-10-orang-indonesia-belanja-produk-makeup-hingga-rp250-ribu-per-bulan>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *likasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- GoodStats. (2022). 7 Merek Kosmetik Lokal Paling Banyak Digunakan Di Indonesia. <https://goodstats.id/article/7-merek-kosmetik-lokal-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2022-36qU3>
- GoodStats. (2023). *Menilik Jumlah Pengguna Media Sosial 2013-2023*. <https://data.goodstats.id/statistic/menilik-jumlah-pengguna-media-sosial-2013-2023-WR7bg>
- Hania Salsabila. (2022). Pengaruh Brand Equity Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik Pixy Di Kota Bandung. *Telkom University*.
- Hatammimi, J. (2015). American Scientific Publishers. *The Relation of Social Media Understanding to Way of Starting Business*, 21. https://www.researchgate.net/publication/283465112_The_Relation_of_Social_Media_Understanding_to_Way_of_Starting_Business
- Hermita Putri. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) Dan Brand Image Terhadap Minat Beli (Survei Skincare Avoskin Beauty Melalui Platform Media Sosial TikTok. *Telkom University*.
- Indasari. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irdiansyah, R. R. (2022). The Influence of Social Media Marketing Activities, Brand Awareness, Brand Image, Against Purchase Intention. *Jurnal Economic Resource*, 5(2).

- Kotler & Keller. (2016). *A Framework for Marketing Management, Sixth Edition, Global Edition*. New York: Pearson.
- Kurniaputri, Usman. (2020). Brand Equity Dan Labelisasi Halal dalam Pengaruhnya Terhadap Minat Beli (Survey Produk Lifebouy). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 450-458.
- Limartha & Erdiansyah. (2018). *Pengaruh Brand Equity dan Product Knowledge Terhadap Minat Beli Konsumen Komunitas Hello Beauty Jakarta pada Produk Wardah*, 2.
- Melati Wahyudina. (n.d.). Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Minat Beli (Survei Produk Unggas Care). *Telkom University*.
- Mulyani, S. R. (2021). *Metode Penelitian*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Negara, A. A. N. D. E. (n.d.). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Minat Beli (Survei Pada Pembeli Di Gerai Starbucks Di Kota Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 61(2), 202-209.
- Nita, Tahmat. (2021). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Produk Tong Tji Tematik Di Supermarket Borma Dago Dan Borma Cikutra).
- Nugraha, A. K. N. A. (n.d.). The Effect of Country Image, Brand Image, And Warranty Knowledge on Car Purchase Intentions: A Comparison of Use Situations. *Cogent Business & Management.*, 11(1).
- Prasetio, A. (2022). *International Journal of Data and Network Science. The role of Instagram social media marketing activities and brand equity towards airlines customer response*, 6.
<http://growingscience.com/beta/ijds/5551-the-role-of-instagram-social-media-marketing-activities-and-brand-equity-towards-airlines-customer-response.htm>
- Prayogo, A. (2023). Pengaruh Brand Image, Viral Marketing, dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(4).
- Putri, S. H. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare MS Glow. *Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau*.
- Rosita & Tahmat. (2021). Prosiding Seminar Sosial Politik, Bisnis, Akuntansi dan Teknik (SoBAT) ke-3. *PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK*

*TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK TONG TJI TEMATIK
DI SUPERMARKET BORMA DAGO DAN BORMA CIKUTRA.*

- RRI. (2023). *Pangsa Pasar Besar, Industri Kosmetik Indonesia Makin 'Glowing'*.
<https://www.rri.co.id/bisnis/365453/pangsa-pasar-besar-industri-kosmetik-indonesia-makin-glowing>
- Salhab, H. (2023). The Impact of Social Media Marketing on Purchase Intention: The Mediating Role of Brand Trust And Image. *International Journal of Data and Network Science*, 7, 591-600.
- Siti Ayunda Dinda Gunawan. (2023). Pengaruh Green Marketing dan Brand Equity Starbucks Coffee Terhadap Minat Beli Konsumen. *Telkom University*.
- Solis. (2020). *Engage The Complete Guide for Brand*. ew Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Stevani. Junaidi, A. (2021). Pengaruh Influencer terhadap Minat Beli Produk Fashion Wanita pada Instagram. *Jurnal Prologia*, 4(1), 198-203.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Taringan, P. S. (n.d.). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Make Over. *EMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4).
- Wangpo. Wangmo. (2022). The Influence of Social Media Marketing On Purchase Intention: The Mediating Role of Brand Equity. *Asian Journal of Research in Marketing.*, 11(5), 20-33.
- Wardah. (2020). *Wardah Beauty*. Wardah Inspiring Beauty.
<https://inspiringmovement.wardahbeauty.com/>
- Wardhana, A. (2022). *Peranan Digital Marketing dan Social Media Marketing Di Era Industri 4.0 dan Society 5.0*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Wardhana, A. (2022). *rand Marketing: The Art of Branding*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.

Yohandi, S. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli (Survei Fortune Coffee Cemara Asri Deli Serdang). *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 1(2), 182-186.