

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Adminlina. (2020, Februari). *Indonesia Pasar Potensial Produk Kosmetik*. Retrieved from pelakubisnis.com: <https://pelakubisnis.com/2020/02/indonesia-pasar-potensial-produk-kosmetik/> diakses pada tanggal 18 Januari 2022 pukul 19.30 WIB.
- Afzal, *et al.* (2013). Factors Behind Brand Switching In Cellular Networks. *International Journal of Asian Social Science* 3(2), 299 – 307.
- Asri, Marwan. (1991). *Marketing*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.
- Ayun, Ronna Qurrata. (2020, Maret 8). *PT Paragon Technology and Innovation*. Retrieved from [tribunnewswiki.com](https://www.tribunnewswiki.com): <https://www.tribunnewswiki.com/2020/03/08/pt-paragon-technology-and-innovation> diakses pada tanggal 4 Maret 2022 pukul 21.26 WIB.
- Azwar, Saifuddin. 2007. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chinomona, Richard. (2016). Brand Communication, Brand Image and Brand Trust as antecedents of Brand Loyalty in Gauteng Province of South Africa. *African Journal of Economic and Management Studies*, Vol. 7 Iss 1.
- Christin, Devi (2020) *Perbandingan minat beli produk kecantikan merek Make Over dan Maybelline New York di kalangan mahasiswa Kabupaten Sleman, Provinsi DIY. Skripsi*. Sanata Dharma University.
- Digdowiseiso, Kumba. (2017). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS).

- Durianto, Darmadi, Sugiarto, dan Tony Sitinjak. (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, dan Lie Joko Budiman. (2004). *Brand Equity Ten*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Effendi, Linannita Oktarina, dan P. Didit Krisnadewara. (2013). Analisis Tingkat Brand Loyalty Pada Produk Pembersih Wajah Merek "Ponds". *Modus Vol. 25 (1)*, 41-55.
- Firmansyah, M. Anang. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, M. Anang. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Surabaya: Qiara Media.
- Firmansyah, M. Anang. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Stratefy)*. Pasuruan: Qiara Media.
- Hair Jr., et al. (2019). *Multivariate Data Analysis Eighth Edition*. United Kingdom: Cengage Learning EMEA.
- Hardani, et al. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo.
- Johanness. (n.d.). *Uji Reliabilitas*. Retrieved from konsultanspss.blogspot.com:
<http://konsultanspss.blogspot.com/p/uji->

reliabilitas.html#:~:text=Cronbach's%20Alpha%20merupakan%20sebuah%20ukuran,Cronbach's%20Alpha%20minimum%200%2C70. diakses pada tanggal 16 Januari 2021 pukul 10.42 WIB.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. London: Pearson.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition*. London: Pearson.

Kuncoro, Rabbani Seto. (2013). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Merk Terhadap Produk GT Radial. Skripsi*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro.

Lee, et al. (2015). *The Strategy of Global Branding and Brand Equity*. New York: Routledge.

Liliah, Arie. (2018, Oktober 29). *Make Over Pertegas Diri sebagai Brand Profesional*. Retrieved from swa.co.id: <https://swa.co.id/swa/trends/marketing/make-over-pertegas-diri-sebagai-brand-profesional> diakses pada tanggal 4 Maret pukul 22.19 WIB.

Madura, Jeff. (2001). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Make Over Perkenalkan "Cushion" untuk Kulit Kering. (2021, Januari 18). Retrieved from [lifestyle.kompas.com: https://lifestyle.kompas.com/read/2021/01/18/161335120/make-over-](https://lifestyle.kompas.com/read/2021/01/18/161335120/make-over-)

perkenalkan-cushion-untuk-kulit-kering diakses pada tanggal 2 Juli 2022 pukul 19.00 WIB.

MAKE OVER Powerstay Weightless Liquid Foundation. (n.d.). Retrieved from review.soco.id: <https://review.soco.id/product/default/33880-powerstay-weightless-liquid-foundation> diakses pada 2 Juli 2022 Pukul 21.00 WIB.

Marthin, Johannes dan Hatane Samuel. (2007). Analisis Tingkat Brand Loyalty Pada Produk Shampoo Merek “Head & Shoulders”. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 2, No. 2*, 90 – 102.

Mowen, John C. dan Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid 1, Ed.5*. Jakarta: Erlangga.

Nariswari, Sekar Langit. (2021, September 30). *Make Over Sediakan 20 Pilihan Warna Foundation untuk Wanita Indonesia*. Retrieved from lifestyle.kompas.com: <https://lifestyle.kompas.com/read/2021/09/30/121900220/make-over-sediakan-20-pilihan-warna-foundation-untuk-wanita-indonesia> diakses pada tanggal 2 Juli 2021 pukul 19.15 WIB.

Nusaresearch. (2020, September 21). *Laporan Tentang Makeup Routine*. Retrieved from nusaresearch.net: https://nusaresearch.net/public/news/996-Laporan_Tentang_Makeup_Routine.nsrs diakses pada tanggal 11 Februari 2022 pukul 20.15 WIB.

Oktaviani, Rahmi, Sri Restuti, dan Deny Danar Rahayu. (2012). Analisis Tingkat Brand Loyalty Pada Produk Sabun Mandi Merek Lifebuoy di Kota Pekanbaru. *Univeristas Riau*.

Peter, J. Paul and Jerry C. Olson. (2010). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.

Putri, Budi Rahyu Tanama. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bali: Universitas Udayana.

Prospek Industri Kosmetik Kian Cantik. (2021, Mei 16). Retrieved from bisnisindonesia.id: <https://bisnisindonesia.id/article/prospek-industri-kosmetik-kian-cantik> diakses pada tanggal 19 Januari 2022 pukul 20.00 WIB.

PT Paragon Technology and Innovation. (n.d.). Retrieved from www.solutiva.co.id: <http://www.solutiva.co.id/partner/pt-paragon-technology-and-innovation/> diakses pada tanggal 4 Maret 2022 pukul 18.30 WIB.

Radjab, Enny dan Andi Jam'an. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.

Raharjo, S. (2021, Februari 19). *Cara Melakukan Uji Reliabilitas Alpha Cronbach's dengan SPSS*. Retrieved from [spssindonesia.com](http://www.spssindonesia.com): <http://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-reliabilitas-alpha-spss.html> diakses pada tanggal 1 Juli 2022 pukul 14.05 WIB.

- Raharjo, Sahid. (2017, Maret 11). *Uji Validitas Data dengan Rumus Pearson SPSS*. Retrieved from konsistensi.com: <https://www.konsistensi.com/2013/03/uji-validitas-data-dengan-rumus-pearson.html>. diakses pada tanggal 17 Januari 2021 pukul 21.22 WIB.
- Rangkuti, Freddy. (2009). *The Power of Brands*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rather, Raouf Ahmad dan Jyoti Sharma. (2016). Brand Loyalty with Hospitality Brands: The Role of Customer Brand Identification, Brand Satisfaction and Brand Commitment. *Pacific Business Review International Volume 1, Issue 3*, 76 – 86.
- Salma, Nisrina. (2018, Oktober 25). *Make Over Perkuat Diri sebagai Brand Make up Profesional*. Retrieved from swa.co.id: <https://swa.co.id/swa/business-strategy/make-over-perkuat-diri-sebagai-brand-make-up-profesional> diakses pada tanggal 4 Maret 2022 pukul 22.00 WIB.
- Sandjojo, Nidjo. (n.d.). *Uji Realiabilitas dan Uji Validasi*. Retrieved from <http://jajaka-aja.blogspot.com/>: <http://jajaka-aja.blogspot.com/2013/07/uji-realiabilitas-dan-uji-validasi.html>. diakses pada tanggal 28 Januari 2022 pukul 21.24 WIB.
- Sangeetha, Ms.S. dan Dr.K.Jawahar Rani. (2017). A Study On The Brand Loyalty Towards Skin Care Products With Reference To Chennai. *International Journal in Management and Social Science Vol. 05, Issue-08*, 282 – 286.
- Sari, Intan Kemala. (2019, Oktober 26). *Lip Cream Terbaru dari Make Over yang Tahan hingga 14 Jam*. Retrieved from kumparan.com:

<https://kumparan.com/kumparanwoman/lip-cream-terbaru-dari-make-over-yang-tahan-hingga-14-jam-1s83efUkzi0> diakses pada tanggal 4 Maret 2022 pukul 22.05 WIB.

Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk. G. (2004). *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*. Jakarta: Indeks.

Sesaria, Lintang Septiana. (2013). *Analisis Tingkat Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Ayam Lepas (Studi Kasus Rumah Makan Ayam Lepas Cabang Lenteng Agung, Jakarta Selatan)*. *Skripsi*. Fakultas Sains dan Teknologi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Setyadi, Fikri Kurnia. (2018). *Analisis Tingkat Loyalitas Merek (Survei Pada Pengguna Sepatu Casual Merek Adidas Di Kota Malang)*. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya.

Simamora, Bilson. (2003). *Aura Merek: 7 Langkah Membangun Merek yang Kuat*. Jakarta: Gramedia Pustaka.

Sistaningrum. (2002). *Manajemen Promosi Pemasaran*. Jakarta: Index.

Sitorus, Onny Fitriana dan Novelia Utami. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Prof Dr. Hamka.

Stanton, William J., Michael J. Etzel, dan Bruce J. Walker. (2007). *Fundamentos De Marketing*. Mexico: Mcgraw-Hill/Interamericana Editores S.A. De C.V.

Sunyoto, Danang. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.

Top Brand Award 2021. (n.d.). Retrieved from topbrand-award.com: https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=make%20over. diakses pada tanggal 9 Februari 2022 pukul 21.15 WIB.

Tjiptono, Fandy, (2008). *Strategi Pemasaran Ed.3*. Yogyakarta: Andi Offset.

Ttriwulandari. (2018, Desember 1). *Pengertian Make Up atau Tata Rias Wajah*. Retrieved from blog.ummy.ac.id: <http://blog.ummy.ac.id/ttriwulandari/2018/12/01/halo-dunia/> diakses pada tanggal 10 Februari 2022 pukul 19.20 WIB.

Wahyuni, Noor. (2014, November 1). *UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS*. Retrieved from qmc.binus.ac.id: <https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/#:~:text=Uji%20validitas%20adalah%20uji%20yang,atau%20valid%20tidaknya%20suatu%20kuesioner.&text=Sisi%20lain%20dari%20pengertian%20validitas%20adalah%20aspek%20>. diakses pada tanggal 16 Januari 2021 pukul 10.01 WIB.

Yunita, Rachma. (2013). Analisis Loyalitas Konsumen Pada Brand Nokia (Studi Deskriptif Loyalitas Konsumen Remaja Akhir Pada Merek Nokia Di Surabaya). *Commonline Departemen Komunikasi/ Vol. 2/ No. 2*, 138 – 152.