

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, N., & Ekhsan, M. (2021). Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi *Brand Trust*. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 377-386.
- Alhaddad, A. (2015). *Perceived Quality, Brand Image and Brand Trust as Determinants of Brand Loyalty*. Syria: Higher Institute of Business Administration (HIBA).
- Apriliani, H. N., & Setyawati, H. A. (2023). Pengaruh *Electronic Word of Mouth, Brand Image*, dan *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Moisturizer Skintific*: Studi pada Masyarakat Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 5(3), 247- 258.
- Arslan, M., & Zaman, R. (2014). *Impact of Brand Image and Service Quality on Consumer Purchase Intentions. A Study of Retail Stores in Pakistan*. *Research on Humanities and Social Science*, 4(1): 22-32.
- Aslam, A. P. (2024). Buku Ajar Perilaku Konsumen. Sukoharjo: Tahta Media Group.
- Ballester, E. D. and Aleman, J. L. M. (2005) '*Does Brand Trust Matter to Brand Equity*', *Journal of Product and Brand Management*, 14(3), pp. 187–196.
- Chaudhuri, Arjun and Holbrook, Morris B. (2001). *The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The*

Role of Brand Loyalty. The Journal of Marketing, 65 (2),81-93.

Chinomona, R. (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*.

Erna, FerrinaDewi. (2008). *Merek & Psikologi Konsumen*. Edisi Pertama, Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Engel, F. James; Roger D. Blackwell; Paul W. Miniard. 2004. *Perilaku Konsumen* (terjemahan). Jakarta: Binarupa Aksara.

Fernanda, R. (2021). Pengaruh citra merek dan dukungan selebriti terhadap keputusan pembelian produk makeup emina pada mahasiswi. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(1), 138-146.

Ghozali, I. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0* (2 ed.). Semarang: Universitas Diponegoro: Semarang.

Hanaysha, J., Haim Hilman, & Noor Hasmini Abdul-Ghani. (2014). *Direct and Indirect Effects of Product Innovation and Product Quality on Brand Image: Empirical Evidence Automotive Industry*. Malaysia: Universiti Utara Malaysia.

Hubeis, Musa. (2012). *“Manajemen Kreativitas dan Inovasi Dalam Bisnis”*, Jakarta: PT Hecca Mitra Utama.

Irsad, Z. (2010). “ Analisis *Marketing Mix* (*Product , Price , Promotion dan Place*) yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pengguna Operator ESIA ” (Studi Kasus Pada Masyarakat Ciputat Timur). *Manajemen Pemasaran*, 1–

131.

Janah, M. R. (2013). Hubungan Antara Citra Merek Mobil Suzuki Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen Di Dealer Sumber Baru Mobil Purwokerto. *JURNAL TALENTA*, 2(2).

Kemenperin. (2020). Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. England. Pearson Education Limited.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2018). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2*. Jakarta: PT Indeks.

Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Lau, Geok Theng & Lee, Sook Han. (1999). *Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. Journal of Market Focused Management*, Vol.4, pp.341-370.

Lemeshow. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

Laviena, N dan Al Hasin. (2017). Pengaruh Inovasi Melalui Media Online Terhadap Kepercayaan Merek, Loyalitas Merek, Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pengguna Gojek Di Universitas Islam Indonesia). Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.

Lukas,B.A. dan Ferrell,O.C. (2000). *The Effect of Market Orientation on Product Innovation. Journal of the Academy of Marketing Science*, DOI 10.1177/0092070300282005, Vol.28, No.2 (2009).

- Lupiyoadi, (2004). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- Mayer, R. C, Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). *An integrative model of organization trust. Journal of Management Review*, 20. 709–734.
- Nasri, S., Laila, K., Massa, S., dan Victoria, K. (2023). *The Effect of Brand Image on Customer Purchase Decision. Journal of Service, Innovation and Sustainable Development*. 4 (1): 58-71
- Prasetio, B. D. (2016). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Zhorif Di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang. 1–90.
- Prasetyo, dkk. (2018). Komunikasi Pemasaran Terpadu. Malang. Tim UB Press.
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus. Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rekarti, E., & Hikmat, D. (2008). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Genggam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 1.
- Romdonah, R., Fathoni, A., & Haryono, A. T. (2014). Pengaruh Inovasi Produk, Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus pada Konsumen Dealer Honda Pratama Kurnia Kasih). *Journal of Management*, 1(1).
- Rosenbusch, N., Brinckmann, J., & Bausch, A. (2011). *Is innovation*

always beneficial? A meta-analysis of the relationship between innovation and performance in SMEs, Journal of Business Research, 26, 441-457.

Schiffman, L.G dan L.L. Kanuk. (2009). *Customer Behavior, New Jersey: Prentice ± Hall International, Inc.*

Schiffman, L.G., & Kanuk, L. L. (2008). *Consumer behaviour (8th ed.). New Jersey: Prentice Hall.*

Schiffman, Leon G dan Leslie Lazar Kanuk. (2011). *Perilaku Konsumen, Cetakan Keempat, dialihbahasakan oleh Zoekifli Kasip, Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang.*

Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group. Stanton. (2001). *Prinsip Pemasaran.* Jakarta: Penerbit Erlangga.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sutisna, 2002, *Perilaku Konsumen dan Komuni- kasi Pemasaran.* Bandung : Penerbit PT. Remaja Rosdakarya Bandung.

Syafulloh, D., Suwignyo Widagdob, & Saiful Amin. (2021). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening.* Jember: STIE Mandala Jember.

Tandia, A.T. (2018). *Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Suzuki Karimun Wagon R Ags (Studi Di*

Dealer Suzuki United Motor Centre Jalan Ahmad Yani Surabaya).

Surabaya: Universitas Negeri Surabaya., 5- 408.

Tjiptono, F & Anastasia Diana. (2016). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif hingga e-Marketing (3rd ed.)*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Tjiptono, Fandi. (2015). *“Strategi Pemasaran”*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi Offset. Tjiptono, Fandi. (2014). *“Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian”*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wicaksono, Muhammad. (2007). *Analisis Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Jakarta: Bumi Aksara.

Zulhelmi, S. B. S. (2018). *Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Kepercayaan yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada “Atala Art’ di Jepara)*. Semarang: Universitas Diponegoro.

WEBSITE

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/03/10-merek-kosmetik-lokal-favorit-masyarakat-3-punya-paragon> diakses pada tanggal 27 April 2023

<https://compas.co.id/article/data-penjualan-emina-2/> diakses pada tanggal 27 April 2023

<https://compas.co.id/article/data-penjualan-emina/> diakses pada tanggal 27 April 2023

<https://www.eminacosmetics.com/> diakses pada tanggal 22 Juli 2023

[https://kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-](https://kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik)

[Kosmetik.](https://kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik) diakses pada tanggal 22 Juli 2023

<https://goodstats.id/article/7-merek-kosmetik-lokal-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2022-36qU3> diakses pada tanggal 29 Juli 2023

<https://www.ama.org/> diakses pada tanggal 29 Juli 2023

<https://www.liputan6.com/regional/read/5109478/belanja-kosmetik-dengan-harga-murah-di-yogyakarta-cek-tempat-ini> diakses pada tanggal 5 Juni 2024

<https://nova.grid.id/read/052932258/strategi-jitu-jelita-cosmetics-dekat-dengan-konsumen-sesuai-tren?page=all> diakses pada tanggal 5 Juni 2024

<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung> diakses pada tanggal 14 Juni 2024

<https://www.popbela.com/beauty/skin/shavira-annisa-putri/emina->

[new-bright- stuff-tampil-lebih-chic-dan-inovasi-formula](#) diakses

pada tanggal 5 Mei 2025

<https://www.eminacosmetics.com/> diakses pada tanggal 5 Mei 2025

[https://www.pinterpolitik.com/pinter-ekbis/emina-produk-kecantikan-](https://www.pinterpolitik.com/pinter-ekbis/emina-produk-kecantikan-favorit-remaja/)

[favorit- remaja/](#) diakses pada tanggal 5 Mei 2025

<https://www.eminacosmetics.com/tentang-kami> diakses pada tanggal 5 Mei

2025

<https://www.instagram.com/eminacosmetics/?hl=en> diakses pada tanggal 27 Juli

2025

[https://www.marketeers.com/emina-kenalkan-inovasi-produk-perawatan-kulit-](https://www.marketeers.com/emina-kenalkan-inovasi-produk-perawatan-kulit-glorad-series/)

[glorad-series/](#) diakses pada tanggal 27 Juli 2025

[https://www.popbela.com/beauty/skin/emina-new-bright-stuff-tampil-lebih-](https://www.popbela.com/beauty/skin/emina-new-bright-stuff-tampil-lebih-chic-dan-inovasi-formula-00-mfw3q-nyth43)

[chic-dan-inovasi-formula-00-mfw3q-nyth43](#) diakses pada tanggal 27 Juli 2025

[https://hellosehat.com/parenting/remaja/kesehatan-remaja/rekomendasi-](https://hellosehat.com/parenting/remaja/kesehatan-remaja/rekomendasi-skincare-yang-bagus-untuk-remaja/)

[skincare-yang-bagus-untuk-remaja/](#) diakses pada 27 Juli 2025