

DAFTAR PUSTAKA

- A.M, Morissan.2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu* : Jakarta : Penerbit Kencana.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Ariyan, Hendi. (2013). Pengaruh Brand Awareness dan Kepercayaan Konsumen atas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Minuman Aqua di Kota Padang. Padang, Universitas Negeri Padang.
- Boyd, Walker and Larereche, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi II, Alih Bahasa Imam Nurmawan, Erlangga, Jakarta, 2000.
- Chaudhuri Holbrook. 2001. *The Chain of effects from Brand Trust and Brand effect to Brand performance: the role of brand loyalt*. *Journal of marketing*, Vol.35.
- Delgado. "Does Brand Trust Matter to Brad Equity?"The Journal of Product and Brand Management, 2005.
- Durianto, Darmadi, et al.,(2001). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta
- Durianto.2004. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*.Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Elisabeth Desi Arista, 2011. Aisis Pengaruh Iklan, Brand Trust, dan Brand Image terhadap minat beli konsumen Telkom Speedy di Kota Semarang.*Jurnal Ekonomi* Universitas Diponegoro Semarang.
- Fachruddin, Imam. (2009). *Desain Penelitian*. Malang Universitas Islam Negeri.
- Garbarino, E and Johnson, M.S. 1999. The Different of Saticfaction, Trust, and commitment in Customer relationship.*Journal of Marketing*, Vol.63, April : 70-87.
- Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Analisis Multivaraita dengan Program IBM SPSS. Yogyakarta : Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang ; Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016.Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII.Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harper W. dkk, (2000), *Manajemen Pemasaran – Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global edisi 2 jilid 2*.Jakarta : Erlangga.

Herdiansyah Jefri 2012, Pengaruh Advertising terhadap pembentukan Brand Awareness serta dampaknya pada keputusan pembelian produk kecap pedas ABC.

Husein, Umar. (2000). Riset Pemasaran dan Penilaian Konsumen. Jakarta : PT Gramedia Pustaka.

<http://cci-indonesia.com/perkembangan-pasar-industri-kosmetik-di-indonesia-2010-2015/>

<https://highlight.id/daftar-brand-merek-produk-kosmetik-lokal-indonesia-favorit-terkenal-populer-pilihan-makeup-kecantikan/>

J.Peter & Jerry C. Olson. 2000. Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Terjemahan. Jakarta : Erlangga.

(Kemenperin) Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. 2017. Pembukaan Pameran Industri Kosmetik dan Jamu (Internet).

Kotler (2000). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta : Prenhalindo.

Kotler, Philip, 2000, *Marketing Management. Edisi Milenium*, Prentice Hall Intl, Inc New Jersey.

Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi kedua belas Jilid I. Jakarta : Erlangga.

Kotler Philip, Wong, Saunders, Armstrong. (2005). *Principles of Marketing*. 5th European Edition Pearson Education Ltd.

Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.

Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 jilid 2*. Jakarta : Indeks

Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Terjemahan Bob Subran. Jilid 1 Edisi kedua belas, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Kotler and Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 jilid 1*. Jakarta : Erlangga.

Lee, Monle & Carla Johnson. 2007. *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan dalam perspektif Global*. Jakarta : Kencana.

Malina, Hema. 2015. *Pengaruh Advertising terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah dengan Selebritis Endorser sebagai Variabel Moderasi*. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* Vol. 15 No. 2 Juni 2015 : 196-202.

Mowan dan Minor. 2000. *Perilaku Konsumen*. Penerbit Erlangga : Jakarta.

Mushon Ali. 2005. *Aplikasi Komputer*. Yogyakarta. Univeristas Negeri Yogyakarta.

- Nasution. (2009). *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta : Bumi Aksara. Permendiknas No. 22 Tahun 2006, tentang standar isi.
- Nurgiyantoro, Burhan 2012. *Penilaian Pembelajaran Bahasa*. Yogyakarta Gadjah Mada University Press.
- Paul, J. Peter dan Jerry C. Olson. 2000. *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Terjemahan. Jakarta : Erlangga.
- Peter, J. P, & Olson, J. C. (2008). *Consumer Behavior and Marketing Strategy* (8thed.).singapore : Mc Graw-fill.
- Schiffman, and Lazar Kanuk, 2000, *Costumer Behavior*, USA : Prentice Hall Inc.
- Shimp, T.A. 2010, *Advertising, Promotion, & other aspects of Integrated Marketing Communication, 8th Edition*. South-Western: Cengage learning.
- Sri Rahayusih Wilujeng, 2014. Pengaruh *Brand Awareness* dan *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian Oriflame.
- Sugiyono. (2009). *Memahami Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta. (2011).
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* ; Penerbit CV Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendiidkan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2014) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Suhandang, Kustadi. 2010. *Periklanan : Manajemen, Kiat dan Strategi*. Bandung : Nuansa.
- Tjiptono, 2002, *Manajemen Jasa*, Penerbit ANDI YOGYAKARTA Majalah Info Bisnis, Edisi Maret-Tahun ke VI-2002.
- Umar Husein. 2000. *Riset Pemasaran dan Penilaian Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Weenas, J.R.S. 2013. Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA* vol.1 No.4. Hal.607-618.