

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York: Free Press.
- Admin. (2017). Diunduh dari [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survei/survei-result/top\\_brand\\_index\\_2017\\_fase\\_2](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survei/survei-result/top_brand_index_2017_fase_2).
- Astuti, N. (2016). Hubungan citra merek dengan loyalitas merek pada konsumen mobil PT. Semoga Jaya Samarinda. *Jurnal Psikologi Universitas Mulawarman*, 4 (3), 439-448.
- Azwar, S. (2003). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar, S. (2004). *Validitas dan Reliabilitas*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2007). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2001). *Sikap dan Perilaku Dalam: Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya 2<sup>nd</sup> ed.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2013). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bastian, D.A. (2014). Analisa Pengaruh citra merek (*brand image*), dan kepercayaan (*brand trust*), terhadap loyalitas merek (*Brand Loyalty*) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2 (1), 1-9.
- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Davis, S. M. (2000). *Brand asset management: driving profitable growth through your brand*. California: Jossey-Bass, Inc., Publishers.
- Dipura, B.A. (2016). Pengaruh citra merek dan persepsi kualitas terhadap loyalitas merek. Malang. *E-Journal of Department of Management FEB*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Drezner, W. (2002). *A Balanced Perspective on Brands*. Baringstoke: McMillan.
- Durianto, S., & Tony, S. (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui. Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka.
- Durianto, S., & Lie J. B. (2004). *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Fadlan, F. (2015). Pengaruh citra merek (brand image) terhadap loyalitas merek (brand loyalty) pada pengguna smartphone blackberry di Kota Padang. (*Skripsi*). Padang: Fakultas Psikologi. Universitas Andalas.
- Farrah, F. Z. (2005). Menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan. *EKOBIS*, 2 (3).
- Ghafoor, M.M., Iqbal, H.K., Tariq, U., & Murtaza, F. (2012). impact of customer satisfaction and brand image on brand loyalty. *Journal of Business Innovation & Technology Management*.
- Gul, M.S., Jan, F.A., Baloch, Q.B., Jan, F.J., & Jan, M.F. (2018). Brand image and brand loyalty. *Abasyn Journal of Social Science*, 3 (1).
- Giddens, N. (2002). *Brand Loyalty*. Missouri Value-added Development Center, University of Missouri.
- Gommans, M., & Scheffold K. B. (2001). From brand loyalty to E-loyalty: a conceptual frame work. *Journal of Economic and Social Research*, 3(1), 43-58.
- Handayani, (2016). Saat kosmetik halal memimpin pasar. <https://tirto.id/saat-kosmetik-halal-memimpin-pasar-bP4r>.
- Hogan, S. (2005). *Employees and image: Bringing brand image to life. The 2<sup>nd</sup> Annual Strategic Public Relations Conference*. Chicago: Lippincot Mercer.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing consumer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57. 1-22.
- Kementrian Perindustrian. (2016). Indonesia lahan subur industri kosmetik. Jakarta, DKI Penulis. Diunduh dari <http://www.kemenperin.go.id/artikel/4776/Pasar-Kecantikan-Kebanjiran-Kosmetik-Import>
- Kementrian Perindustrian. (2016). Produk impor kuasai pasar kosmetik. Jakarta, DKI. Diunduh dari <http://kemenperin.go.id/artikel/11943/Produk-Import-Kuasai-Pasar-Kosmetik>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2004). *Manajemen Pemasaran 2, Edisi Milenium*. Jakarta: PT. Ikrar Mandiri.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*, Jilid II. Edisi Sembilan. Jakarta : PT Prenhallindo.

- Mahmudah, (2013). *Jurus wardah garap pasar kosmetik*. Diunduh dari <https://swa.co.id/swa/trends/marketing/jurus-wardah-garap-pasar-kosmetik>.
- Makrufah, I.A. (2017). *Pengaruh citra merek dan label halal terhadap keputusan pembelian koksmetik*. Skripsi. Surakarta. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Manurung, S. D. (2009). *Pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek pada pengguna kartu pra-bayar simpati*. (Skripsi). Medan : Fakultas Psikologi, Universitas Sumatera Utara.
- Marconi, J. (1993). *Beyond branding*. Chicago: Probus Publishing Company.
- Mardalis, A. (2005). *Meraih loyalitas*. *Jurnal Ekonomi*, 9 (2), 111-119.
- Mitra Karya Japindo. (2016). *Memfaatkan Peluang, Industri Kosmetik Indonesia Siap Bersaing*. Diunduh dari <http://xsmfashion.com/tab/480/manfaatkan-peluang-industri-kosmetik-indonesia-siap-bersaing>
- Merdekawati, A.I. (2010) *Faktor-faktor yang mempengaruhi kesetiaan pelanggan terhadap suatu merek (studi kasus pada pelanggan setia sabun muka X)*. (Skripsi). Semarang. Fakultas Psikologi. Universitas Katolik Soegijapranata.
- Mowen, J. C. (1995). *Consumer Behavior* 4<sup>th</sup> ed. Jersey: Prentice Hall.
- Mowen, J. C., & Minor, M.S. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. New York : Mc Graw-Hill Companies.
- Natarajan, R., & Sudha,V. (2016). *A Relationship between Brand Image and Brand Loyalty ( A Study with Reference to FMCG Consumers in Vellore District)* *Journal of Economic and Business Review*, 4, 139-142.
- Nielsen. (2016). *Konsumen Indonesia lebih suka merek kosmetik global*. Diunduh dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/17/konsumen-indonesia-lebih-suka-merek-kosmetik-global>.
- Nurfitriana A., Wijanarko B., & Priyatama A. N. (2013). *Hubungan antara citra merek dan loyalitas merek dengan pengambilan keputusan pembelian body lotion pada mahasiswi program studi psikologi Universitas Sebelas Maret Surakarta*. (Skripsi). Fakultas Kedokteran. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Oliver, R. (1999). *Whence consumer loyalty?*. *Journal of Marketing*. 63, 33-44.

- Periantalo, J. (2016). *Penyusunan Skala Psikologi: Asyik, Mudah, dan Bermanfaat*. Jakarta: Pustaka Belajar.
- Prasasti, A.C. (2017). Diunduh dari <https://life.idntimes.com/women/andina-c-prasasti/brand-kosmetik-lokal-kualitasnya-gak-kalah-brand-luar-c1c2/full> di akses tanggal 20 Maret 2018.
- Priyatno, D. (2013). *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta. MediaKom.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 Pengolahan Data Terpadu* Yogyakarta. CV Andi Offset.
- Priyatno, D. (2016). *SPSS Handbook: Analisis Data, Olah Data, & Penyelesaian Kasus-kasus Statistik*. Yogyakarta: MediaKom.
- Rahayu. (2015). The influence of service quality, trust, and brand image toward customer satisfaction and its impact to brand loyalty. *International Journal of Advanced Research*. 3 (10).
- Ratri, L. E. (2007). Hubungan antara citra merek (*brand image*) operator seluler dengan loyalitas merek (*brand loyalty*) pada mahasiswa pengguna telepon seluler di fakultas ekonomi reguler Universitas Diponegoro Semarang. (*Skripsi*). Semarang: Fakultas Psikologi. Universitas Diponegoro.
- Rangkuti, F. (2002). *The Power of Brand (Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek)*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan, & Kuncoro, E.A. (2008). *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur*. Bandung : Alfabeta.
- Romadhoni, M. (2015). Pengaruh citra merek terhadap pengambilan keputusan pembelian sepatu nike pada mahasiswa FIK UNY. (*Skripsi*). Yogyakarta. Fakultas Ilmu Keolahragaan. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sabri, L. (2014). *Statistik Kesehatan*. Edisi pertama. Jakarta: Rajawali Press. 141-153.
- Saputra, A, (2014). Pengaruh harga, kualitas, nilai yang dirasakan, dan pelayanan terhadap loyalitas merek pada konsumen KFC di Surabaya, Artikel Ilmiah. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2000). *Costumer behaviour*, Internasional Edition, Prentice Hall.
- Schiffman L.G., & Kanuk, L.L. (2004). *Consumer behavior*, Internatonal Edition, 8<sup>th</sup>ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.



- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Sugiyono. (2002). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta :PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Statistka Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tranggono R.I., & Latifah F. (2007). *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*, Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Vidyawati, P. (2009). Pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas Merek.” Skripsi. Universitas Negeri Semarang.
- Wardah Beauty. (2014). Wujudkan inspiring beauty dengan Wardah yang #HalaldariAwal. Diunduh dari <https://www.wardahbeauty.com/news/detail/wujudkan-inspiring-beauty-dengan-wardah-yang-halaldariawal>.
- Wood, L. M. (2000). Dimension of Brand Purchasing Behavior : Consumers in the 19-23 age group. *Journal of Consumer Behaviour*. London. 4.
- Yasir, I. (2016). Pengaruh citra dan kepercayaan terhadap loyalitas merek waroeng steak & shake Di Yogyakarta. (*Skripsi*). Program Studi Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Yudianto, Y. (2010). Pengaruh *Brand Community* terhadap Loyalitas Merek Sepeda Motor Yamaha. (*Skripsi*). Medan. Fakultas Psikologi. Universitas Sumatera Utara.